



TUGAS AKHIR RI141501

DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY

TEGAR ADITYA CAHYADI
3813100024

Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, ST., M.T.

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017



TUGAS AKHIR RI141501

TEGAR ADITYA CAHYADI
3813100024

Dosen Pembimbing
Dr. Mahendra Wardhana, ST., M.T.

DEPARTEMEN DESAIN INTERIOR
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

LEMBAR PENGESAHAN

DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM DI KAWASAN JARAK-DOLLY

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

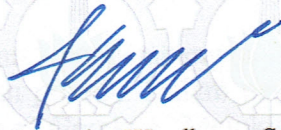
Pada

Jurusan Desain Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

TEGAR ADITYA CAHYADI
NRP 3813100024

Disahkan oleh Pembimbing Tugas Akhir :



Dr. Mahendra Wardhana, S.T., M.T.
NIP 197204282003121001



SURABAYA,

JULI 2017

DESAIN INTERIOR WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY

Nama : Tegar Aditya Cahyadi
NRP : 3813100024
Dosen Pembimbing : Dr. Mahendra Wardhana, ST.,M.T

ABSTRAK

Gang Dolly sebagai kawasan bisnis prostitusi tidak hanya menghidupi para pelaku bisnis prostitusi, namun juga warga sekitar yang membuka usaha-usaha seperti rumah kos, warung makan, warung kopi, laundry, tukang parkir, dan usaha kecil lainnya. Dua tahun setelah penutupan kawasan lokalisasi Jarak-Dolly, perekonomian Jarak-Dolly perlahan bangkit dengan berdirinya UKM-UKM dan perencanaan dolly sebagai kawasan edu-wisata oleh LSM dan Pemerintah Kota Surabaya.

Untuk mengoptimalkan pengembangan UKM, dibutuhkan fasilitas pendukung untuk memasarkan produk. Dalam penelitian ini, penulis mengambil data eksisting UKM binaan Gerakan Melukis Harapan, serta melakukan pengamatan dan pengambilan data langsung di kawasan Jarak-Dolly. Penulis menggunakan bangunan ex-Wisma Barbara sebagai objek desain, untuk kemudian dialih fungsikan menjadi Sentra UKM yang akan mendukung aktifitas pengembangan UKM, memperkenalkan produk-produk UKM, memperkenalkan sejarah dari kawasan jarak dolly serta aktifitas edu-wisata kawasan Jarak-Dolly dengan nilai historis, pembinaan, dan edukatif.

Kata Kunci : Jarak-Dolly, Sentra UKM, Historis, pembinaan, edukatif

***INTERIOR DESIGN OF EX-WISMA BARBARA AS SMALL
MEDIUM ENTERPRISES CENTER IN JARAK-DOLLY
DISTRICT***

Name : Tegar Aditya Cahyadi

NRP : 3813100024

Advisor I : Dr. Mahendra Wardhana, ST.,M.T

ABSTRACT

Gang Dolly as a prostitution business area not only supports the prostitution business, but also the local people who open businesses such as boarding houses, food stalls, coffee shops, laundries, parking attendants, and other small businesses. 2 years after the closure of the Dolly Distance-area localization, Dolly's economy has slowly risen with the establishment of Small Medium Enterprises (SME) and dolly planning as an edu-tourism area by Non-governmental organization (NGO) and the Surabaya City Government.

To optimize the development of SMEs, required supporting facilities to market the product. In this study, the authors retrieve the existing data of SMEs developed by the Gerakan Melukis Harapan, as well as observing and collecting data directly in the area of Dolly. The author uses the ex-Wisma Barbara building as the design object, then converted to SME center that will support the SME development activities, introduce SME products, introduce the history of the dolly distance and the Dolly Distance-tourism activities with historical value, Coaching, and educative.

Keywords: *Jarak-Dolly, Small Medium Enterprises center, historical value, Coaching, educative.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu‘alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly”. Tugas Akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Departemen Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru yang terbaik bagi penulis. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan tersebut, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan ini, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mahendra Wardhana, ST.,M.T, selaku dosen pembimbing utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Keluarga besar Gerakan Melukis Harapan dan bidang Bisnis Sosial yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
3. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada keluarga besar saya. Ibu, Ayah, Revan, zizi, Cu, Tante, Makyong, Nenek, dan Kai dan anggota keluarga lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang senantiasa memberi dukungan mental, doa, waktu, materi, tenaga, dan pikiran dalam menjalani proses tugas akhir ini. Terima kasih untuk segala kepercayaan, kasih sayang, dan cinta yang diberikan.
4. Terimakasih kepada teman-teman interior angkatan 2013 yang berjuang bersama untuk wisuda 116, teman-teman seperjuangan satu bimbingan pak

mahe, Fatan, Hezha, Saga, Fahmi, dan Mbak Oda. Teman dari masa Asrama, Aang, Teman-teman BPH HMDI Raynor, Hana, Andien, Chuel, dan Onna terimakasih untuk waktunya selama masa perkuliahan ini, Terimakasih pula untuk setiap orang yang membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, salah satunya aleh dan zizi, tidak lupa juga untuk teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik sengaja maupun tidak sengaja, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut tidak menutup diri terhadap segala saran dan kritik serta masukan yang bersifat konstruktif bagi diri penulis.

Akhir kata semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, institusi pendidikan dan masyarakat luas. Amin!

Surabaya, 29 Juli 2017

Tegar Aditya Cahyadi

DAFTAR ISI

Halaman

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK	ii
---------------	----

KATA PENGANTAR	iv
----------------------	----

DAFTAR ISI	vi
------------------	----

DAFTAR GAMBAR	xi
---------------------	----

DAFTAR TABEL	xvii
--------------------	------

DAFTAR LAMPIRAN	xviii
-----------------------	-------

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
--------------------------	---

1.2 Rumusan Masalah	4
---------------------------	---

1.2.1 Identifikasi Masalah	4
----------------------------------	---

1.2.1 Rumusan Masalah	4
-----------------------------	---

1.2.1 Batasan Masalah	5
-----------------------------	---

1.3 Tujuan dan Manfaat	5
------------------------------	---

1.3.1 Tujuan	5
--------------------	---

1.3.2 Manfaat	5
---------------------	---

1.4 Lingkup Desain	6
--------------------------	---

BAB II STUDI PUSTAKA

2.1 Gang Dolly	7
----------------------	---

2.1.1 Letak dan kondisi geografis	7
---	---

2.1.2 Batas wilayah kelurahan	7
-------------------------------------	---

2.1.3 Profil kelurahan Putat Jaya	8
---	---

2.1.4 Demografi kelurahan Putat Jaya	8
--	---

2.1.5 Jumlah warga Kelurahan Putat Jaya	8
---	---

2.1.6 Kondisi penduduk Putat Jaya menurut pekerjaan	8
---	---

2.1.7 Kondisi pendidikan masyarakat kelurahan Putat Jaya	9
--	---

2.1.8 Jumlah penduduk Putat Jaya berdasarkan tingkat pendidikan	
---	--

formal	10
2.1.9 Jumlah Wisma, PSK dan Mucikari	11
2.1.10 Sejarah Gang Dolly	12
2.1.11 Dampak Lingkungan keberadaan Gang Dolly	14
2.1.12 Penutupan Gang Dolly	16
2.1.13 Data pelatihan pasca penutupan Dolly	18
2.2 Usaha kecil menengah (UKM)	21
2.2.1 Definisi Usaha kecil menengah (UKM)	21
2.2.2 Peran UMKM	23
2.2.3 Aspek Permodalan pada UMKM	23
2.2.4 Aspek Sumber Daya Manusia	24
2.2.5 Bentuk Pembinaan Bagi Usaha Kecil Dan Menengah	25
2.2.6 Sentra UKM dan Kluster UKM	25
2.2.7 Peran Pemkot Surabaya dalam pengembangan UMKM	27
2.3 <i>Retail</i>	29
2.3.1 Pengertian <i>Retail</i>	30
2.3.2 Fungsi Retail	30
2.3.3 Jenis Retail	31
2.3.4 Pengelompokan Retail	38
2.3.5 Peran desain interior pada Store Based Retail	42
2.3.6 Tujuan desain interior pada Retail	43
2.3.7 Interior pada Retail	46
2.3.8 Lay Out Retail	47
2.4 Display Produk	50
2.4.1 Pengertian <i>display</i> produk	50
2.4.2 Tujuan <i>display</i> produk	51
2.4.3 Jenis <i>display</i> produk	51
2.4.4 Teknik <i>display</i> produk	58
2.5 <i>Signage</i>	62
2.5.1 Pengertian <i>signage</i>	62
2.5.2 Tipe-tipe <i>signage</i>	63

2.5.3. Tujuan <i>signage</i>	68
2.6 Teori Warna	69
2.6.1 Teori Warna	69
2.6.2 Psikologi Warna	74
2.6.3 Warna pada retail	78
2.7 Kajian Langgam Desain	79
2.7.1 Langgam Arsitektur Modern	79
2.7.2 Langgam Desain Kontemporer	86
2.8 Profil Gerakan Melukis Harapan	92
2.8.1 Sejarah Gerakan Melukis Harapan	92
2.8.2 Profil Gerakan Melukis Harapan	94
2.8.3 Struktur Organisasi	94
2.8.4 Bidang Gerakan Melukis Harapan	95
2.9 Ergonomi dan Antropometri	101
2.10 Studi Eksisting Wisma Barbara	106
2.10.1 Sejarah dan kondisi saat ini Ex-Wisma Barbara	106
2.10.2 Lokasi Ex-Wisma Barbara	108
2.10.3. Analisa Ruang	109
2.11 Studi Pustaka Tanaman Jarak	112
2.12 Studi Pembandingan	113
2.11.1 Sentra UKM Merr.....	113
2.11.2 Museum Angkut	116

BAB III METODE DESAIN

3.1 Tahap Identifikasi Obyek	123
3.2 Tahap Identifikasi Masalah	123
3.3 Tahap Pengumpulan Data	123
3.4 Tahap Analisa Data	126
3.5 Metode Desain	129
3.6 Proses Desain	130
3.7 Tahapan Desain	132

BAB IV ANALISA DATA DAN KONSEP DESAIN

4.1 Studi Pengguna	135
4.2 Studi Ruang	136
4.3 Hubungan Ruang.....	140
4.3.1 Matriks Hubungan Ruang	140
4.3.2 Bubble Diagram	140
4.4 Analisa Data	142
4.4.1 Data	142
4.4.2 Data Kuisisioner	144
4.4.3 Data <i>Survey</i> / Studi Lapangan	156
4.4.4 Data UKM Binaan Gerakan Melukis Harapan	163
4.4.5 Data Wawancara	163
4.5 Konsep Desain Makro	173
4.5.1 Aplikasi nilai edukatif	173
4.5.2 Aplikasi nilai pembinaan	175
4.5.3 Aplikasi nilai Historis	176
4.6 Konsep Desain Mikro	177

BAB V PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1. Alternatif Lay out	181
5.1.1 Alternatif Lay out 1	182
5.1.2. Alternatif Lay out 2	183
5.1.3. Alternatif Lay out 3	185
5.1.4. Pemilihan Alternatif Lay out (<i>Weighted Method</i>).....	186
5.2. Pengembangan alternatif lay out terpilih	187
5.3. Pengembangan Desain Ruang terpilih 1	188
5.3.1. Lay out furnitur dan deskripsinya	189
5.3.2. Gambar 3D dan deskripsinya	190
5.3.3. Detil Furnitur, elemen estetik dan deskripsinya	191
5.4. Pengembangan Desain Ruang terpilih 2	192
5.4.1. Lay out furnitur dan deskripsinya	192
5.4.2. Gambar 3D dan deskripsinya	193
5.4.3. Detil Furnitur, elemen estetik dan deskripsinya	194

5.5. Pengembangan Desain Ruang terpilih 3	195
5.5.1. Lay out furnitur dan deskripsinya	196
5.5.2. Gambar 3D dan deskripsinya	197
5.5.3. Detil Furnitur, elemen estetik dan deskripsinya	198

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	199
6.2. Saran	199

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Peta lokasi kawasan Jarak-Dolly	7
Gambar 2.2 Suasana Gang Dolly ketika masih beroperasi	12
Gambar 2.3 Suasana Gang Dolly dimalam hari	15
Gambar 2.4 Potret anak-anak kawasan Jarak-Dolly	17
Gambar 2.5 Produk dan fasad bangunan sentra UKM MERR	25
Gambar 2.6 Walikota Surabaya Ibu Risma Mengunjungi pameran UMKM.....	27
Gambar 2.7 Suasana sentra kuliner Convention Hall Jl. Arif Rahman Hakim.	28
Gambar 2.8 Interior <i>retail store</i>	30
Gambar 2.9 Persewaan mobil	31
Gambar 2.10 Suasana bengkel	32
Gambar 2.11 Matahari	33
Gambar 2.12 Sport Station	33
Gambar 2.13 Booth Honda	34
Gambar 2.14 Kegiatan Bazaar	36
Gambar 2.15 Strip development	37
Gambar 2.16 Miami central business districts	37
Gambar 2.17 Mall	37
Gambar 2.18 Supermarket	38
Gambar 2.19 <i>Walmart USA</i>	39
Gambar 2.20 <i>Hypermarket</i>	40
Gambar 2.21 <i>Bright Store</i>	41
Gambar 2.22 <i>7 Eleven</i>	41
Gambar 2.23 Pengaruh Suasana Ruang Bagi Pengunjung	43
Gambar 2.24 <i>Retail Rolex Watch</i>	44
Gambar 2.25 Creative design	44
Gambar 2.26 Dispal <i>retail</i> tematik	45
Gambar 2.27 Layout <i>Retail</i>	49
Gambar 2.28 <i>Window Display</i>	52

Gambar 2.29	<i>Open Interior Display</i>	53
Gambar 2.30	<i>Close Interior Display</i>	54
Gambar 2.31	<i>IKEA furniture display</i>	54
Gambar 2.32	<i>Store Sign and Decoration</i>	55
Gambar 2.33	<i>Guide and classification</i>	55
Gambar 2.34	<i>Eksterior Display</i>	56
Gambar 2.35	<i>Solari Display</i>	57
Gambar 2.36	<i>Floor Display</i>	58
Gambar 2.37	<i>Vertical Display</i>	58
Gambar 2.38	<i>Wall Display</i>	59
Gambar 2.39	<i>“Impulse Buying” Display</i>	60
Gambar 2.40	<i>Merchandise Mix Display</i>	60
Gambar 2.41	<i>Cut Cases Display</i>	61
Gambar 2.42	<i>Jumble Display</i>	62
Gambar 2.43	<i>Banner</i>	63
Gambar 2.44	<i>Canopy Signs</i>	64
Gambar 2.45	<i>Changeable-copysign</i>	64
Gambar 2.46	<i>Electronic message</i>	64
Gambar 2.47	<i>Floor Sign</i>	65
Gambar 2.48	<i>Free Standing sign</i>	66
Gambar 2.49	<i>Projecting Sign</i>	66
Gambar 2.50	<i>Roof sign</i>	66
Gambar 2.51	<i>Suspended sign</i>	67
Gambar 2.52	<i>Wall Signs</i>	67
Gambar 2.53	<i>Windows signs</i>	68
Gambar 2.54	<i>Lingkaran Warna Prang</i>	71
Gambar 2.55	<i>Lingkaran Warna Brewster</i>	72
Gambar 2.56	<i>Lingkaran Warna Brewster</i>	73
Gambar 2.57	<i>Warna pada detail</i>	78
Gambar 2.58	<i>Villa Savoye by Le Corbusier (1927)</i>	80
Gambar 2.59	<i>Hôtel Martel rue Mallet-Stevens</i>	81

Gambar 2.60	Bukaan pencahayaan	88
Gambar 2.61	Warna desain kontemporer	89
Gambar 2.62	Sentuhan material alami	89
Gambar 2.63	Pemilihan <i>furniture</i> desain kontemporer	90
Gambar 2.64	Pemilihan <i>furniture</i> dan lantai	91
Gambar 2.65	<i>Open plan</i>	91
Gambar 2.66	Elemen garis	91
Gambar 2.67	Elemen kontemporer	91
Gambar 2.68	Logo Gerakan Melukis Harapan	92
Gambar 2.69	struktur GMH	94
Gambar 2.70	Aktifitas mengajar di Jarak-Dolly	95
Gambar 2.71	Aktifitas pelatihan oleh GMH	96
Gambar 2.72	Welcome party volunteer GMH batch 4	99
Gambar 2.73	UKM Tempe Bang Jarwo	101
Gambar 2.74	Data dimensi tubuh fungsional bagi wanita dan pria dewasa ...	102
Gambar 2.75	Data dimensi tubuh fungsional bagi wanita dan pria dewasa ..	103
Gambar 2.76	Dimensi tubuh manusia	103
Gambar 2.77	antropometri dalam pengaturan <i>display</i>	104
Gambar 2.78	antropometri dalam pengaturan <i>display</i>	104
Gambar 2.79	antropometri dalam pengaturan <i>display</i>	105
Gambar 2.80	Data antropometri area kasir	105
Gambar 2.81	Antropometri area <i>display</i> oleh-oleh	106
Gambar 2.82	Ruang Ex-Wisma barbara yang sudah selesai direnovasi	108
Gambar 2.83	<i>Site plan</i>	109
Gambar 2.84	Peta lokasi kawasan Jarak-Dolly	109
Gambar 2.85	Denah eksisting lantai 1	109
Gambar 2.86	Denah eksisting lantai 2	110
Gambar 2.87	Denah eksisting lantai 3	111
Gambar 2.88	Dokumentasi kondisi eksisting lantai	112
Gambar 2.89	Daun tanaman jarak	112
Gambar 2.90	View lantai 4 dan 2 dari lantai 3 Sentra UKM Merr	114

Gambar 2.91	View Sirkulasi penghubung antar lantai	115
Gambar 2.92	View Sirkulasi penghubung antar lantai	116
Gambar 2.93	Hall museum angk	117
Gambar 2.94	Gangster Town & Broadway Street	118
Gambar 2.95	Zona Eropa Museum Angkut	118
Gambar 2.96	Zona Edukasi	119
Gambar 2.97	Zona Sunda Kelapa dan Batavia	119
Gambar 2.98	Zona Istana Buckingham	120
Gambar 2.99	Zona Istana Buckingham	120
Gambar 2.100	Zona Hollywood	121
Gambar 2.101	Pasar Apung Nusantara	121
Gambar 2.102	Museum Topeng	122
Gambar 3.1	Kata kunci desain	129
Gambar 3.2	Metodologi desain	130
Gambar 4.1	Matriks Hubungan Ruang.....	140
Gambar 4.2	Bubble Diagram.....	141
Gambar 4.3	Hasil kuisisioner	146
Gambar 4.4	Hasil kuisisioner	147
Gambar 4.5	Hasil kuisisioner	147
Gambar 4.6	Hasil kuisisioner	148
Gambar 4.7	Hasil kuisisioner	148
Gambar 4.8	Hasil kuisisioner	149
Gambar 4.9	Hasil kuisisioner	149
Gambar 4.10	Hasil kuisisioner	150
Gambar 4.11	Hasil kuisisioner	150
Gambar 4.12	Hasil kuisisioner	151
Gambar 4.13	Hasil kuisisioner	151
Gambar 4.14	Hasil kuisisioner	152
Gambar 4.15	Hasil kuisisioner	152
Gambar 4.16	Hasil kuisisioner	153
Gambar 4.17	Hasil kuisisioner	153

Gambar 4.18	Hasil kuisioner	154
Gambar 4.19	Hasil kuisioner	154
Gambar 4.20	Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 1.....	157
Gambar 4.21	Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 2.....	157
Gambar 4.22	Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 3.....	158
Gambar 4.23	Foto fasad bangunan Gedung Ex-Wisma Barbara	159
Gambar 4.24	Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara	159
Gambar 4.25	Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara	160
Gambar 4.26	Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara	160
Gambar 4.27	Matriks hubungan ruang eksisting	162
Gambar 4.28	hubungan ruang eksisting	162
Gambar 4.29	Foto dan keterangan produk.....	164
Gambar 4.30	Foto produk tempe bang jarwo.....	165
Gambar 4.31	logo oseki	166
Gambar 4.32	Produk Dory	167
Gambar 4.33	tim DNI bersama para model	168
Gambar 4.34	Peluncuran DNI di media Sosial	169
Gambar 4.35	Fashion Show yang diikuti DNI.....	169
Gambar 4.36	Contoh infografis informatif dan edukatif	173
Gambar 4.37	Transformasi bentuk motif batik	174
Gambar 4.38	Transformasi bentuk daun jarak	175
Gambar 4.39	Dokumentasi sentra UKM.....	175
Gambar 4.40	Dokumentasi Gang kawasan Jarak-Dolly	176
Gambar 4.41	Infografis UKM Samijali	176
Gambar 4.42	Aplikasi Penggunaan material granit pada lantai	177
Gambar 4.43	Aplikasi pemilihan warna pada dinding.....	177
Gambar 4.44	Aplikasi wallpaper pada rak <i>display</i> DNI	178
Gambar 4.45	Material HPL.....	178
Gambar 4.46	Aplikasi hidden lamp pada rak display DNI	178
Gambar 4.47	Aplikasi lampu spot infografis	179
Gambar 4.48	Aplikasi Suasana Gang Jarak-Dolly.....	179

Gambar 4.49	Aplikasi transformasi bentuk.....	179
Gambar 4.50	Aplikasi plafon.....	180
Gambar 4.51	Desain Furniture	180
Gambar 5.1.	Lay out Alternatif 1 lantai 1.....	182
Gambar 5.2.	Lay out Alternatif 1 lantai 2.....	182
Gambar 5.3.	Lay out Alternatif 1 lantai 3.....	182
Gambar 5.4.	Lay out Alternatif 2 lantai 1.....	183
Gambar 5.4.	Lay out Alternatif 2 lantai 1.....	184
Gambar 5.5.	Lay out Alternatif 2 lantai 2.....	184
Gambar 5.6.	Lay out Alternatif 2 lantai 3.....	184
Gambar 5.7.	Lay out Alternatif 3 lantai 1.....	185
Gambar 5.8.	Lay out Alternatif 3 lantai 2.....	185
Gambar 5.9.	Lay out Alternatif 3 lantai 3.....	186
Gambar 5.10.	Desain Sentra UKM.....	188
Gambar 5.11.	Lay out area sentra UKM	189
Gambar 5.12.	Desain Sentra UKM.....	190
Gambar 5.13.	Desain furniture sentra UKM	191
Gambar 5.14.	Desain elemen estetis sentra UKM.....	191
Gambar 5.15.	Layout Ruang Terpilih 2.....	193
Gambar 5.16.	Desain elemen estetis area lobby	193
Gambar 5.17.	Desain elemen estetis dan area tunggu	194
Gambar 5.18.	Desain elemen estetis dan furniture area tunggu	194
Gambar 5.19.	Desain elemen estetis dan furniture area tunggu	195
Gambar 5.20.	Desain elemen estetis sentra UKM.....	196
Gambar 5.21.	Desain area display batik jarak Arum.....	197
Gambar 5.22.	Desain area display batik DNI.....	197
Gambar 5.23.	Furniture display batik jarak arum.....	198
Gambar 5.24.	Elemen estetis pusat kerajinan batik dan textil.....	198

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Jumlah Kependudukan di Kelurahan Putat Jaya.....	8
Tabel 2.2. Mata pencaharian penduduk Putat Jaya.....	9
Tabel 2.3. Daftar prasarana pendidikan di Kelurahan Putat Jaya	10
Tabel 2.4. Jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan	10
Tabel 2.5. Jumlah RW yang termasuk sebagai kawasan prostitusi.....	11
Tabel 2.6. Jumlah Wisma, PSK dan Mucikari di Lokalisasi Dolly	11
Tabel 2.7. Jenis pelatihan dan jumlah peserta pelatihan	19
Tabel 2.8. Jenis usaha yang dimiliki dari hasil pelatihan.....	21
Tabel 4.1. Analisa <i>Segmentasi</i> dan target pengguna	135
Tabel 4.2. Studi ruang untuk Sentra UKM	136
Tabel 4.3. Metode penelitian	143
Tabel 5.1. Tabel Kriteria <i>Weighted Method</i>	181
Tabel 5.2. Tabel <i>Weighted Method</i> mengenai nilai kelayakan masing-masing Lay out Alternatif	187

DAFTAR LAMPIRAN

1. Rencana Anggaran Biaya (RAB)
2. Data Kuisisioner
3. Data Wawancara
4. Hasil 3D
5. Gambar Kerja



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sejarahnya, kawasan Dolly dahulu adalah tempat pemakaman warga Tionghoa, meliputi wilayah Girilaya, berbatasan dengan makam Islam di Putat Gede. Menurut Purnomo dan Siregar (1982), Gang Dolly barawal pada tahun 1967, saat Dolly Khavit, seorang perempuan yang konon bekas pekerja seks komersil (PSK) membuka usaha pelacuran dan membangun wisma bernama Barbara. Setelah itu, muncul wisma lain dan akhirnya di awal tahun 1970-an perkampungan itu berubah nama menjadi Gang Dolly. Semakin lama Gang Dolly semakin dikenal masyarakat. Kondisi tersebut kemudian berpengaruh pada kuantitas pengunjung dan jumlah PSK. Gang Dolly juga menjelma menjadi kekuatan dan sandaran hidup bagi penduduk di sana. Ada lebih dari 800 wisma esek-esek, kafe dangdut, dan panti pijat plus. Setidaknya setiap malam sekitar 9.000 lebih PSK, pelacur di bawah umur, germo, dan ahli pijat hingga Gang Dolly kemudian mendapat predikat sebagai lokalisasi terbesar se-Asia Tenggara mengalahkan Patpong di Bangkok, Thailand dan Geylang di Singapura.

Kehidupan masyarakat di wilayah lokalisasi mendapat pengaruh langsung dari keberadaan lokalisasi tersebut. Dolly menjadi tumpuan hidup masyarakat sekitar, mulai dari pedagang makanan yang berkeliling menjajakan makanannya, pedagang makanan dan minuman yang menetap, penjual pakaian wanita, tukang parkir, penjual minuman dan makanan di bar, salon kecantikan, tempat-tempat spa beserta panti pijatnya, waiterss yang mengantarkan minuman kepada pelanggan, bisnis laundry pakaian, toko-toko kelontong, dll. Dengan kehidupan yang telah dijalaninya sekian tahun lamanya di sekitar Lokalisasi Jarak-Dolly, maka orang-orang yang secara tidak langsung berhubungan dengan wisma-wisma disana sebetulnya sangat menggantungkan kehidupannya atas eksistensi Lokalisasi Jarak-Dolly itu sendiri, penghasilan yang mereka dapatkan juga bergantung terhadap keberadaan lokalisasi. Maka dari itu, tidak mudah untuk melakukan penutupan dan pengusuran Lokalisasi Jarak-Dolly.



Penutupan Dolly bukanlah keputusan yang dibuat dalam waktu cepat. Pemerintah Kota didukung Pemerintah Provinsi dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) gencar berkampanye menghapus julukan Kota Surabaya yang tenar sebagai "Kota Sejuta PSK" dalam tiga tahun terakhir. Berbagai program diturunkan agar para PSK tidak lagi beroperasi, di antaranya dengan membekali mereka kemampuan usaha dan bekal Rp 3 juta per PSK untuk membuka usaha baru di kampung halamannya serta program lainnya untuk menurunkan jumlah PSK di kawasan lokalisasi Jarak-Dolly. Dalam rangka melakukan penutupan, Pemerintah Kota telah menyiapkan Rp 16 miliar untuk membeli seluruh wisma yang ada, yaitu sebanyak 311 wisma. Pemerintah Kota Surabaya berencana mengubah wajah Dolly dan Jarak dengan membangun gedung multi-fungsi berlantai enam. Di sekitar gedung juga direncanakan akan dibangun taman-taman kota. (Info Singkat kesejahteraan sosial, DPR RI Vol. VI, No.13/I/P3DI/Juli/2014) kedepannya kawasan Lokalisasi Jarak-Dolly akan dikembangkan menjadi kawasan wisata edukatif dengan citra yang baru, lepas dari citranya sebagai kawasan prostitusi di Kota Surabaya.

Setelah adanya pro dan kontra, serta perlawanan terhadap penutupan kawasan prostitusi Jarak-Dolly. Pemerintah kota Surabaya akhirnya secara resmi mendeklarasikan penutupan kawasan prostitusi tersebut pada tanggal 19 Juni 2014 melalui deklarasi bersama di Islamic Centre jalan Dukuh Kupang, Surabaya. 2 tahun setelah penutupan, perekonomian dan kondisi sosial kawasan Dolly perlahan-lahan pulih, hal ini didukung oleh kegiatan-kegiatan pengembangan masyarakat yang diberikan oleh Pemerintah kota Surabaya serta organisasi-organisasi sosial dan pemuda yang memiliki kepedulian untuk membangun kembali kawasan Jarak-Dolly. Kegiatan ini berupa seminar, pelatihan hingga renovasi dan pengadaan fasilitas untuk mendukung pengembangan berbagai aspek masyarakat mulai dari aspek sosial, pendidikan hingga perekonomian. Dalam pengembangan perekonomian masyarakat, melalui dinas terkait serta organisasi sosial dan pemuda, saat ini telah terbentuk beberapa unit Usaha Kecil Menengah (UKM) di kawasan Jarak-Dolly.



Usaha kecil menengah (UKM) selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peran penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Serta mampu menyerap banyak tenaga kerja. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan (Kuncoro 2002). UKM dikawasan Jarak - Dolly saat ini memiliki bidang usaha yang beragam, namun kebanyakan UKM tersebut bergerak di bidang usaha kuliner, hal ini karena kuliner menjadi hal yang paling mudah untuk dikembangkan mengingat kemampuan memasak dan mengolah bahan makanan adalah sebuah kemampuan yang mendasar dan dimiliki oleh kebanyakan wanita khususnya wanita dan ibu rumah tangga dikawasan Jarak-Dolly. Selain UKM yang bergerak dibidang usaha kuliner, juga terdapat UKM yang bergerak dibidang lain, diantaranya kerajinan batik dan usaha sablon. Saat ini untuk mengembangkan UKM dan membentuk UKM baru, masyarakat kawasan Jarak-Dolly dibina dan dibantu oleh organisasi sosial dan pemuda, salah satunya Gerakan Meluksi Harapan (GMH), UKM-UKM yang ada diharapkan kedepannya mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar dan menjadi daya dukung bagi pengembangan objek wisata edukatif serta citra baru kawasan Jarak-Dolly.

Dalam mengoptimalkan pengembangan UKM yang ada dan membentuk UKM baru dibutuhkan fasilitas pendukung untuk memasarkan produk serta memperkenalkan aktifitas masyarakat kepada para wisatawan yang datang ke kampung wisata edukatif Jarak-Dolly. Fasilitas pendukung rencana jangka panjang ini menurut sumber dari pemerintah kota Surabaya akan dibangun di bangunan-bangunan yang dulunya menjadi rumah boordir yang kini sudah dibeli pemerintah kota. Bangunan tersebut akan dialih fungsikan menjadi bangunan untuk mendukung kegiatan pengembangan masyarakat. Salah satu bangunan yang sudah menjadi milik pemerintah kota Surabaya dan masuk dalam perencanaan kedepan adalah Bangunan ex-Wisma Barbara. Dalam sejarahnya wisma barbara merupakan awal dari bisnis rumah bordir tante dolly, serta menjadi wisma terbesar di kawasan prostitusi Jarak-Dolly yang memiliki 6 lantai dan fasilitas yang lengkap.



Untuk membuat fungsi dan citra baru wisma Barbara, dibutuhkan sebuah konsep desain dan perencanaan yang tepat untuk mengoptimalkan fungsi wisma barbara sebagai pusat kegiatan pengembangan masyarakat Jarak-Dolly untuk daya dukung kawasan Jarak-Dolly sebagai kawasan wisata baru dan edukatif di Kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Belum adanya fasilitas pendukung untuk memasarkan dan mempromosikan produk UKM kawasan Jarak-Dolly.
2. Belum adanya fasilitas untuk kegiatan pengembangan UKM kawasan Jarak-Dolly.
3. Belum adanya fasilitas pendukung untuk memperkenalkan aktifitas masyarakat kepada para wisatawan kampung edukatif Jarak-Dolly
4. Belum adanya konsep desain interior yang memfasilitasi kegiatan-kegiatan UKM dan pengembangan wisata edukatif Jarak-Dolly dalam pengembangan Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM.

1.2.2 Rumusan Masalah

Ex-Wisma Barbara yang akan dikembangkan sebagai fasilitas untuk memasarkan dan mempromosikan produk UKM memiliki peranan penting bagi pengembangan UKM kawasan Jarak-Dolly, tidak hanya berperan bagi kegiatan UKM, Fasilitas yang terdapat di Desain Interior Ex-Wisma Barbara nantinya juga menjadi daya dukung dalam pengembangan kawasan Jarak-Dolly menjadi kawasan wisata baru dan edukatif di kota Surabaya. Berdasarkan hal tersebut, perumusan masalah yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Konsep desain interior Ex-Wisma Barbara yang mampu memfasilitasi kegiatan-kegiatan pengembangan UKM kawasan Jarak-Dolly.



2. Desain interior yang mendukung pengembangan wisata edukatif kawasan Jarak-Dolly.

1.2.3 Batasan Masalah

1. Luas keseluruhan bangunan minimal 800 m².
2. Desain tidak merubah konstruksi bangunan.
3. Tata letak ruangan menyesuaikan bentuk arsitektur bangunan eksisting.
4. Perubahan dinding, pintu, dan jendela dimungkinkan tanpa merubah bentukan bangunan secara masif.

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM, yang mampu memfasilitasi kegiatan-kegiatan pengembangan UKM dan mendukung pengembangan kawasan Jarak-Dolly sebagai kawasan wisata baru dan edukatif di Kota Surabaya.

1.3.2 Manfaat

1.3.2 Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) Kawasan Jarak-Dolly

1. Memberikan konsep desain interior sebuah sarana dan prasarana yang mampu memfasilitasi kegiatan pengembangan dan pemasaran produk UKM ke Masyarakat.
2. Memberikan konsep desain interior sebuah fasilitas yang bisa menjadi sumber pemasukan dan penghasilan baru masyarakat Jarak-Dolly.
3. Memberikan konsep desain interior sebuah wadah untuk membangun citra positif masyarakat kawasan Jarak-Dolly baik secara individu dan kelompok dalam mendukung wajah baru kawasan Jarak-Dolly sebagai kawasan wisata edukatif.

1.3.3 Bagi Pemerintah Kota Surabaya



1. Sebagai sarana untuk melihat perkembangan dunia pendidikan tinggi dimana para lulusannya dapat menjadi aset sumber daya manusia yang potensial bagi dunia kerja.
2. Memperoleh berbagai masukan berupa ide-ide pengembangan desain interior dari mahasiswa dalam rangka perencanaan kawasan Jarak-Dolly.

1.3.3 Bagi Pemerintah Kota Surabaya Bagi Praktikan

1. Dapat menambah pengalaman serta pengetahuan tentang penerapan keilmuan Desain Interior.
2. Berkontribusi dalam mengaplikasikan keilmuan dalam membantu menyelesaikan permasalahan dilingkungan sekitar.
3. Mengetahui kondisi berbagai lapisan masyarakat sebagai bentuk pembelajaran diri dan pengaplikasian Tri Dharma Perguruan Tinggi.

1.4 Lingkup Desain

Desain interior meliputi sentra UKM Ex-Wisma Barbara dan berbagai sarana penunjangnya, antara lain:

1. Lobby Utama
2. Lobby Lift
3. Area Sentra UKM dan Pusat Oleh-Oleh
4. Pusat Kerajinan Batik dan Textil
5. Ruang Training
6. Koridor
7. Toilet



BAB II

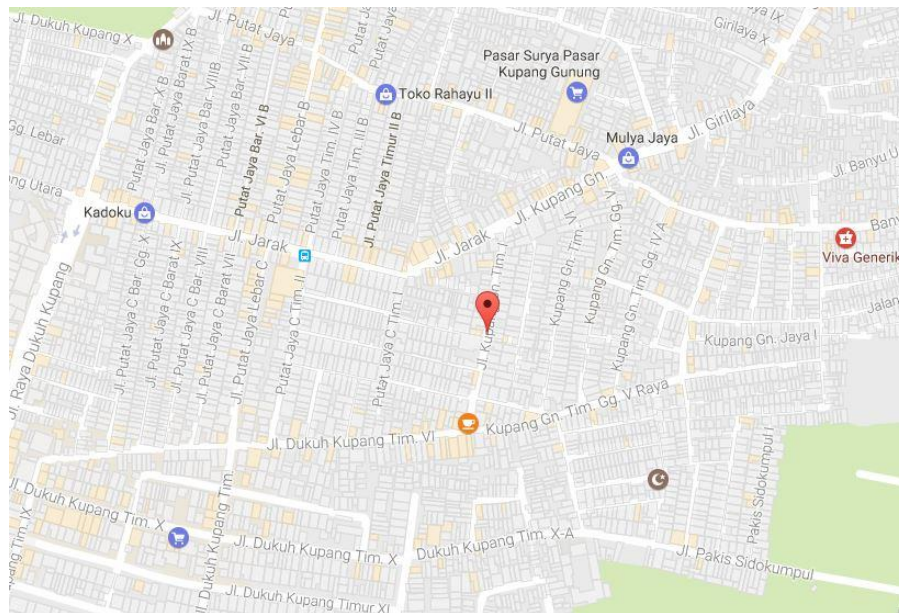
STUDI PUSTAKA

2.1 Gang Dolly

2.1.1 Letak dan kondisi geografis

Kompleks Pelacuran "Dolly" berada di kawasan Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota madya Surabaya. Gang Dolly hanya sebuah jalan sepanjang kurang lebih 150 meter dengan lebar sekitar 5 meter beraspal cukup halus, hasil Proyek Perbaikan Kampung tahun 1977. Tepatnya, kompleks pelacuran ini berlokasi di Jalan Kupang Gunung Timur 1. Dari Jalan Tunjungan yang dianggap sebagai pusat atau jantung Kota Surabaya, kompleks pelacuran ini bisa dicapai dalam waktu kurang lebih 10 menit dengan kendaraan bermotor. Rentangan antara pusat kota dan kompleks pelacuran "Dolly" ini kurang lebih 1 1/2 kilometer.

2.1.2 Batas wilayah kelurahan



Gambar 2.1 Peta lokasi kawasan Jarak-Dolly

Sumber : maps.google.com (Akses : 18/02/17 20.38 WIB)

- Sebelah utara : Kecamatan Bubutan
- Sebelah timur : kecamatan Tegal Sari dan Wonokromo
- Sebelah selatan : kecamatan Wonokromo dan Dukuh Pakis
- Sebelah selatan : kecamatan Wonokromo dan Dukuh Pakis



2.1.3 Profil kelurahan Putat Jaya

Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) Kelurahan Putat Jaya berdiri pada tahun 1975 nama Putat Jaya berasal dari nama putat yang pada waktu itu menjadi nama jalan setapak menuju makam Putat Gede, lama kelamaan jalan tersebut dinamai jalan putat, karena nama Putat sudah dikenal oleh warga setempat sehingga nama putat dijadikan sebagai nama kelurahan. Dan untuk nama Jaya adalah harapan bagi kehidupan warga yang lambat tahun semakin sukses, makmur, dan Jaya sehingga bisa dirasakan oleh semua warga. Oleh sebab itu dibelakang nama Putat ditambah Jaya sehingga menjadi Putat Jaya dan nama itu bertahan sampai sekarang ini.

2.1.4 Demografi kelurahan Putat Jaya

Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) Kelurahan Putat Jaya merupakan salah satu kelurahan didalam kecamatan sawahan yang memiliki beberapa kelurahan diantaranya kelurahan Pakis, Serta Kelurahan Banyu Urip. Sumber data Monografi Kelurahan Putat Jaya memiliki luas wilayah 136 Ha terdiri dari 14 RW dan 106 RT memiliki jumlah penduduk 48.421 orang, antara lain terdiri dari 24.304 orang laki – lakidan 24.117 perempuan yang terdiri dari 12.946 Kepala Keluarga (KK).

2.1.5 Jumlah warga Kelurahan Putat Jaya

Dikutip dari Wardani, Yunita Kusuma (2015) Dari data yang dimiliki kelurahan Putat Jaya per januari 2015 dapat diketahui kepadatan jumlah penduduk, yang bisa dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Jumlah Kependudukan di Kelurahan Putat Jaya

Jumlah Kepala Keluarga	12.907 KK
Jumlah Penduduk Laki-laki	24.328 Orang
Jumlah Penduduk Perempuan	24.110 Orang
Jumlah Penduduk	48.438 Orang

Sumber : Kelurahan Putat Jaya (Wardani, Yunita Kusuma. 2015)

2.1.6 Kondisi penduduk Putat Jaya menurut pekerjaan



Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) Dari identifikasi dan pengamatan yang telah dilakukan, masyarakat kelurahan Putat Jaya memiliki berbagai macam mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan ditemukan bahwa penduduk Putat Jaya Memiliki rata – rata mata pencaharian dengan tingkat pendapatan ekonomi yang cukup. Seperti yang terdapat pada data yang diperoleh dari monografi kelurahan Putat Jaya pada tabel berikut :

Tabel 2.2 Mata pencaharian penduduk Putat Jaya

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah
1	Karyawan	
	a. PNS	218
	b. TNI	372
	c. POLRI	115
	d. Swasta	3.457
2	Pensiunan/Purnawirawan	392
3	Wiraswasta	1.462
4	Tani/Ternak	-
5	Pelajar/Mahasiswa	9.312
6	Buruh Tani	-
7	Dagang	4.271
8	Nelayan	-
9	Ibu Rumah Tangga	6.329
10	Belum Bekerja	1.429

Sumber : monografi kelurahan Putat Jaya 2015 (Andrianto, Cahyo. 2015)

2.1.7 Kondisi pendidikan masyarakat kelurahan Putat Jaya

Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) Dari segi pendidikan sebagian besar masyarakat kelurahan Putat Jaya mengenyam pendidikan tingkat SD/MI, SMP/MTS, SMA/MA dan Perguruan Tinggi. Berikut ini adalah data fasilitas pendidikan yang ada di kelurahan Putat Jaya ini. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



Tabel 2.3 Daftar prasarana pendidikan di Kelurahan Putat Jaya

No.	Uraian	Gedung	Keterangan
1	PAUD	14	Unit
2	TK	5	Unit
3	SD/MI	11	Unit
4	SLTP	3	Unit
5	SMA	2	Unit
6	Pesantren	1	Unit

Sumber : monografi kelurahan Putat Jaya 2015 (Andrianto, Cahyo. 2015)

2.1.8 Jumlah penduduk Putat Jaya berdasarkan tingkat pendidikan formal

Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) berikut ini adalah data jumlah penduduk Putat Jaya berdasarkan tingkat pendidikan formal, yaitu:

Tabel 2.4 Jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan

No.	Uraian	Jumlah
1	Taman Kanak-Kanak	1.997 orang
2	Sekolah Dasar	11.178 orang
3	SMP/SLTP	9.233 orang
4	SMA/SLTA	12.437 orang
5	Sarjana	773 orang
6	Pondok Pesantren	30 orang
7	Pendidikan Keagamaan	56 orang

Sumber : monografi kelurahan Putat Jaya 2015 (Andrianto, Cahyo. 2015)

Tabel diatas menunjukan tingkat pendidikan yang diukur berdasarkan ada tidaknya ijazah sekolah. Dari tabel diatas juga menunjukan bahwa daerah yang dekat dengan lokalisasi Dolly penduduk setempatnya jauh bahkan kurang memahami pentingnya nilai moral, ahklak dan lebih – lebih kurang memahami agama dengan asumsi dasar banyak orang tua yang memilih pendidikan yang umum dari pada mengarahkan anaknya bahkan keluarganya ke tempat – tempat keagamaan. Sehingga dapat dibuktikan dengan membandingkan penduduk Putat



Jaya yang ribuan tersebut hanya 86 orang yang ikut belajar mengenai ilmu agama (Andrianto, Cahyo. 2015).

2.1.9 Jumlah Wisma, PSK dan Mucikari

Dikutip dari Wardani, Yunita Kusuma (2015) Dari 15 RW yang terdapat di kelurahan Putat Jaya, tidak semua wilayah Kelurahan Putat Jaya menjadi tempat Prostitusi. Hanya beberapa RT yang termasuk dalam wilayah 5 RW saja yang termasuk dalam pusat prostitusi yang sering disebut kawasan Gang Dolly dan Jarak. Dalam 5 RW tidak semua RT menjadi basis lokalisasi, dalam 1 RW hanya beberapa RT saja yang termasuk dalam lingkup lokalisasi, sisanya hanya rumah tangga biasa. Dikutip dari Andrianto, Cahyo (2015) Berikut adalah RW yang termasuk dalam kawasan prostitusi, yaitu:

Tabel 2.5 Jumlah RW yang termasuk sebagai kawasan prostitusi

RW 3	RT 3, RT 4, RT 5, RT 6, RT 11
RW 6	RT 6
RW 10	RT 1, RT 2, RT 3, RT 4
RW 11	RT 1, RT 2, RT 3, RT 4
RW 12	RT 4, RT 5, RT 6

Sumber : Data statistik pasca deklarasi pembubaran (Wardani, Yunita Kusuma. 2015)

Dari data di atas dapat diketahui kawasan RT dan RW mana saja yang menjadi kawasan prostitusi di lingkup Kelurahan Putat Jaya. Berikut ini akan di paparkan jumlah Wisma, PSK, Mucikari yang terdapat di kawasan 5 RW tersebut, data diperoleh dari Kelurahan Putat Jaya.

Tabel 2.6 Jumlah Wisma, PSK dan Mucikari di Lokalisasi Dolly

No	Keterangan	Lokasi	Banyaknya	Jumlah
1	Wisma	RW 3	63	Wisma : 278
		RW 6	21	
		RW 10	70	
		RW 11	104	
		RW 12	20	



2	PSK	Dolly	558 Orang	Jumlah PSK : 1021
		Jarak	463 Orang	
3	Mucikari	RW 3	41 Orang	Jumlah Mucikari : 230
		RW 6	16 Orang	
		RW 10	49 Orang	
		RW 11	104 Orang	
		RW 12	20 Orang	

Sumber : Data statistik pasca deklarasi pembubaran (Wardani, Yunita Kusuma. 2015)

2.1.10 Sejarah Gang Dolly

Di Surabaya pada tahun 1884, kegiatan pelacuran muncul di daerah yang menjadi sentral proyek pembangunan jalur kereta api. Kegiatan prostitusi muncul dan berkembang untuk melayani pekerja bangunan jalur kereta api, kemudian diikuti dengan pembangunan tempat-tempat penginapan sebagai sarana pendukung. Pada masa pendudukan Jepang tahun 1940-an, muncul lokalisasi yang sangat terkenal di Kota Surabaya yaitu Kembang Jepun. Para perempuan penghibur disitu melayani hasrat seks tentara yang mencari hiburan di tengah perang (Cornelius dan Adi. 2011: 24).



Gambar 2.2 Suasana Gang Dolly ketika masih beroperasi

Sumber : http://ngadem.com/wp-content/uploads/2016/02/Gang-Dolly-via-jomblogger.net_.jpg
(Akses : 18/02/17 20.38 WIB)

Menurut Tjahjo Purnomo dan Ashadi Siregar dalam buku berjudul "Dolly: Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Kompleks Pelacuran Dolly" yang



diterbitkan Grafiti Pers, April 1982. Dalam buku itu disebutkan dulu kawasan Dolly merupakan makam Tionghoa, meliputi wilayah Girilaya, berbatasan dengan makam Islam di Putat Gede. Baru sekitar tahun 1966 daerah itu diserbu pendatang dengan menghancurkan bangunan-bangunan makam. Makam China itu tertutup bagi jenazah baru, dan kerangka lama harus dipindah oleh ahli warisnya. Ini mengundang orang mendapatkan tanah bekas makam itu, baik dengan membongkar bangunan makam, menggali kerangka jenazah, atau cukup meratakan saja.

Setahun kemudian, 1967, muncul seorang pelacur wanita bernama Dolly Khavit di kawasan makam Tionghua tersebut. Dia kemudian menikah dengan pelaut Belanda, pendiri rumah pelacuran pertama di jalan yang sekarang bernama Kupang Gunung Timur I. Wisma miliknya antara lain bernama T, Sul, NM, dan MR. Tiga di antara empat wisma itu disewakan pada orang lain.

Di dalam buku berjudul Dolly, Kisah Pilu yang Terlewatkan karya penulis Cornelius Prastya R K dan. Adir Darma terbitan Pustaka Pena, Yogyakarta, 2011, disebutkan tentang sosok Dolly Khavit yang tomboi. Dikisahkan, Dolly Khavit mengawali bisnisnya karena kesepian dan merasa sakit hati akibat ditinggal suaminya yang seorang pelaut. Dolly dikenal sebagai sosok wanita cantik yang cukup tersohor kala itu.

Hal itu jelas membuat banyak orang penasaran. Meski cantik, Dolly merupakan wanita yang berlagak seperti lelaki. Bahkan disebutkan ia bertransformasi menjadi laki-laki dan menikahi sejumlah perempuan yang kemudian dipekerjakan di rumah bordil yang dikelolanya. Sebab itu, Dolly diceritakan lebih suka dipanggil "papi" daripada "mami", sebagaimana biasanya sebutan seorang mucikari. Namun, kecantikannya memang disebut tidak mampu menutup sifat tomboinya. Oleh karena itu, Dolly dinilai bukan hanya sekadar wanita, melainkan juga seorang pria yang menyukai para wanita.

Kondisi itu membuat usaha wisma milik "Papi Dolly" ini semakin berkembang. Awalnya hanya untuk melayani tentara Belanda, tetapi laki-laki hidung belang yang datang makin hari makin meluas. Ini sebab, konon pelayanan



para anak buah "Papi Dolly" sangat memuaskan. Bahkan, "Papi Dolly" kemudian tidak hanya memiliki satu wisma, tetapi memiliki empat wisma di kawasan itu. Empat wisma itu masing-masing diberi nama wisma T, Sul, NM, dan MR. Bisnis "Papi Dolly" awalnya sempat dilanjutkan oleh seorang anak hasil hubungan Dolly dengan pelaut Belanda. Namun, usaha itu tidak dilanjutkan setelah anak "Papi Dolly" tersebut meninggal dunia. Hal itu juga disebutkan dalam buku berjudul *Dolly: Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Komplek Pelacuran Dolly* yang ditulis Tjahjo Purnomo dan Ashadi Siregar dan diterbitkan oleh Grafiti Pers, April 1982.

Semakin lama Gang Dolly semakin dikenal masyarakat. Kondisi tersebut kemudian berpengaruh pada kuantitas pengunjung dan jumlah PSK serta Dolly juga menjelma menjadi kekuatan dan sandaran hidup bagi penduduk di sana. Ada lebih dari 800 wisma esek-esek, kafe dangdut, dan panti pijat plus. Setidaknya setiap malam sekitar 9.000 lebih penjaja cinta, pelacur di bawah umur, germo, dan ahli pijat siap menawarkan layanan kenikmatan kepada pengunjung. Bahkan seorang PSK dapat melayani 10 hingga 13 pelanggan dalam semalam. Bukan hanya itu, Kehidupan masyarakat di wilayah lokalisasi mendapat pengaruh langsung dari keberadaan lokalisasi tersebut. Misalnya saja pengaruh besar penyerapan tenaga kerja di berbagai sektor, misalnya saja mulai dari pedagang makanan yang berkeliling menjajakan makanannya, pedagang makanan dan minuman yang menetap, penjual pakaian wanita, tukang parkir, penjual minuman dan makanan di bar, salon kecantikan, tempat-tempat spa beserta panti pijatnya, waiterss yang mengantarkan minuman kepada pelanggan, bisnis laundry pakaian, toko-toko kelontong, dll. Dengan kehidupan yang telah dijalaninya sekian tahun lamanya di sekitar Lokalisasi Jarak-Dolly, maka sesungguhnya orang-orang yang secara tidak langsung berhubungan dengan wisma-wisma disana sebetulnya sangat menggantungkan kehidupannya atas eksistensi Lokalisasi Jarak-Dolly itu sendiri, penghasilan yang mereka dapatkan juga bergantung terhadap keberadaan lokalisasi.

2.1.11 Dampak Lingkungan keberadaan Gang Dolly



Keberadaan Lokalisasi Jarak-Dolly juga berdampak terhadap kehidupan sosial masyarakat sekitar lokalisasi. Stigma negatif yang selalu diberikan terhadap seseorang tinggal di sekitar lokalisasi tersebut membuat orang tersebut menjadi merasa terkucilkan. Seseorang yang ditanya tentang tempat tinggalnya di sekitar lokalisasi akan merasa sedikit malu ketika menyebutkan tempat tinggalnya yang berada disekitar lokalisasi. Kemungkinan besar masyarakat diluar lokalisasi menganggapnya sebagai seseorang yang kurang baik karena tinggal disekitar lokalisasi yang mana kita menganggap orang tersebut tidak mendapatkan sosialisasi tentang nilai dan norma sosial dengan baik, khususnya norma agama yang begitu kuat menentang akan adanya praktik prostitusi. (Mukhammad Fatkhullah, 2013).



Gambar 2.3 Suasana Gang Dolly dimalam hari

Sumber : [http://1.bp.blogspot.com/-](http://1.bp.blogspot.com/-MDbYhbrqh1I/U6FAeWBLTII/AAAAAAAAAc1c/mBeajMmH84Y/s1600/wagub-gorontalo-bantah-warganya-jadi-psk-di-dolly-surabaya.jpg)

[MDbYhbrqh1I/U6FAeWBLTII/AAAAAAAAAc1c/mBeajMmH84Y/s1600/wagub-gorontalo-bantah-warganya-jadi-psk-di-dolly-surabaya.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-MDbYhbrqh1I/U6FAeWBLTII/AAAAAAAAAc1c/mBeajMmH84Y/s1600/wagub-gorontalo-bantah-warganya-jadi-psk-di-dolly-surabaya.jpg) (Akses : 18/02/17 20.40 WIB)

Yayasan Crisis Center Cahaya Mentari (CCCM) menyatakan selama 2006 hingga 2014 ditemukan sebanyak 397 kasus kekerasan terhadap anak yang terjadi di lokalisasi Dolly Kota Surabaya. 397 kasus tersebut, rinciannya, kekerasan domestik atau kekerasan yang terjadi dalam rumah tangga sebanyak 81 kasus, terdiri atas 49 laki-laki dan 32 perempuan. Kekerasan seksual anak sebanyak 45 kasus, terdiri atas 15 laki-laki dan 30 perempuan. Menurut data Yayasan Crisis Center Cahaya Mentari (CCCM) kekerasan terhadap anak-anak di Gang Dolly



tidak hanya seksual saja. Mereka juga jadi korban kekerasan dalam segi ekonomi. Dari data CCCM, banyak anak-anak yang dipaksa menjadi pengemis. Delapan kasus terdiri atas enam anak laki-laki dan dua perempuan. Sedangkan anak berhadapan dengan hukum seperti terlibat kasus kejahatan sebanyak 18 kasus yang terdiri atas 16 anak laki-laki dan perempuan dua anak. Anak tidak sekolah sebanyak 81 kasus dengan rincian 54 laki-laki dan 27 perempuan. Penelantaran anak sebanyak 14 kasus terdiri atas laki-laki sebanyak 11 anak dan perempuan 3 anak. Kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) sebanyak 134 kasus dengan rincian menimpa laki-laki sebanyak 19 anak dan perempuan 115 anak. Anak-anak di gang dolly juga banyak yang menjadi korban human trafficking atau perdagangan manusia. Dari data CCCM, sebanyak 16 kasus korban perdagangan manusia dengan rincian 2 laki-laki dan 14 perempuan. Sebagian besar anak-anak di gang dolly sudah dewasa sebelum waktunya. Artinya mereka sudah mengkonsumsi tontonan dan juga berperilaku yang tidak seusianya. Misalnya pesta minuman keras, obat-obatan terlarang dan seks. (Andriansyah, 2013)

2.1.12 Penutupan Gang Dolly

Penutupan Dolly bukanlah keputusan yang dibuat dalam waktu cepat. Pemerintah Kota didukung Pemerintah Provinsi dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) gencar berkampanye menghapus julukan Kota Surabaya yang tenar sebagai "Kota Sejuta PSK" dalam tiga tahun terakhir. Berbagai program diturunkan agar para PSK tidak lagi beroperasi, di antaranya dengan membekali mereka kemampuan usaha dan bekal Rp3 juta per PSK untuk membuka usaha baru di kampung halamannya. Untuk mendukung Program Surabaya Bebas Prostitusi, Kementerian Sosial memberikan tabungan senilai Rp4.200.000,- kepada 960 PSK. Upaya tersebut tampaknya berhasil dan mampu menurunkan jumlah PSK. Di dua kompleks lokalisasi Dolly dan Jarak, hingga Mei 2012 tercatat sebanyak 1.080 PSK. Jumlah itu turun dari tahun sebelumnya yang mencapai 1.132 PSK. Sementara di lokalisasi Bangunsari, di akhir 2012 jumlah PSK turun menjadi 162 dari jumlah di tahun sebelumnya yang mencapai 213 PSK.

Dalam rangka melakukan penutupan, Pemerintah Kota telah menyiapkan Rp16 miliar untuk membeli seluruh wisma yang ada, yaitu sebanyak 311 wisma. Pemerintah Kota Surabaya berencana mengubah wajah Dolly dan Jarak dengan membangun gedung multi-fungsi berlantai enam. Lantai dasarnya digunakan sebagai area sentra PKL, lantai dua untuk aneka jajanan dan makanan, lantai tiga dan empat untuk perpustakaan dan komputer, lantai lima difungsikan sebagai taman bermain, dan lantai paling atas dijadikan sebagai Balai RW. Di sekitar gedung juga direncanakan akan dibangun taman-taman kota.



Gambar 2.4 Potret anak-anak kawasan Jarak-Dolly saat pro kontra penutupan kawasan lokalisasi Jarak-Dolly

Sumber : <https://www.merdeka.com/peristiwa/cerita-miris-anak-anak-yang-hidup-di-gang-dolly.html> (Akses : 18/02/17 21.15 WIB)

Sudah tak ada lagi langkah mundur. Dolly, lokalisasi prostitusi terbesar di Asia Tenggara yang berada di daerah Jarak, Pasar Kembang, Kota Surabaya, Jawa Timur, dipastikan ditutup oleh Pemerintah Kota Surabaya. Penutupan ini bukan perkara sederhana, karena selama puluhan tahun lokalisasi tersebut berdiri tak ada yang mampu menutupnya. Kini, setelah Dolly menjadi lahan penghidupan banyak orang, besar kemungkinan langkah penutupan yang digagas Walikota Surabaya Tri Rismaharini akan mendapat perlawanan warga penghuni lokalisasi.

Karena itu, penutupan Dolly juga mendapat perhatian khusus dari aparat kepolisian dan TNI. Sebanyak 1.000 personel gabungan TNI-Polri disiagakan di Islamic Center, tempat dilangsungkannya deklarasi penutupan lokalisasi tersebut, Rabu (18/6/2014) malam. Menurut Kapolrestabes Surabaya Komisaris Besar



Polisi Setija Junianta, pihaknya mem-back up Polda Jatim dan TNI AD yang akan melaksanakan pengamanan deklarasi penutupan Dolly itu. Personel yang diterjunkan dari Polrestabes Surabaya 900 anggota yang dibantu TNI AD sebanyak 100 personel. Tak hanya TNI-Polri, penutupan Dolly juga tidak luput dari perhatian Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM). Ketua Komnas HAM Hafid Abbas mengatakan, pihaknya akan memantau langsung penutupan Dolly dengan menerjunkan tim khusus.

Untuk mengantisipasi penolakan dari para pelaku bisnis lokalisasi yang kehilangan mata pencaharian, Kementerian Sosial, berjanji memberikan bantuan dana sebesar Rp 5.050.000 untuk eks pekerja seks komersial (PSK). Bantuan tersebut diberikan dalam bentuk tabungan, dan akan diberikan saat mereka pulang ke kampung halaman masing-masing seperti disampaikan Direktur Rehabilitasi Sosial Tuna Sosial Kemensos Sonny Manalu di Surabaya. Saat deklarasi penutupan dolly, Pemkot Surabaya juga mengundang sejumlah pejabat, termasuk Menteri Sosial Salim Segaf Al Jufri. Sekitar 3.000 orang, termasuk tokoh masyarakat setempat juga akan hadir di Islamic Center. Pada acara tersebut, bantuan akan diberikan secara seremonial oleh Menso kepada eks PSK. Sebanyak 1.449 eks PSK kemudian akan dipulangkan ke daerah asalnya seiring dengan penutupan Dolly. Bantuan yang diberikan berupa dana Usaha Ekonomi Kreatif sebesar Rp 3 juta, Rp 1,8 juta untuk jaminan hidup dengan rincian Rp 20 ribu per hari selama 90 hari dan Rp 250 ribu untuk transportasi mereka pulang ke kampung. Sedangkan bagi warga sekitar Dolly yang selama ini mendapatkan penghasilan dari berbagai kegiatan di kawasan tersebut akan diberdayakan oleh Pemkot Surabaya, termasuk merefungsikan Dolly menjadi lokasi usaha ekonomi produktif. Sementara mucikari dan germo akan mendapat bantuan dari Pemprov Jatim.

2.1.13 Data pelatihan pasca penutupan Dolly

Pasca penutupan kawasan lokalisasi yang dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya. Dilaksanakan berbagai macam pelatihan guna memberikan



keterampilan kepada warga terdampak agar mereka tidak lagi menggantungkan hidup mereka terhadap keberadaan kawasan lokalisasi di kawasan tersebut.

Dikutip dari Wardani, Yunita Kusuma (2015) Disebutkan oleh perwakilan dari kelurahan Putat Jaya, bahwa barang-barang yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya berasal dari anggaran APBD yang memang sudah dianggarkan sejak muncul rencana pembubaran lokalisasi Dolly. Tidak semua berasal dari Pemerintah Kota Surabaya, terdapat beberapa pelatihan yang diberikan oleh perusahaan swasta atau LSM yang telah bekerja sama dengan Pemerintah Kota misalnya

Dikutip dari Wardani, Yunita Kusuma (2015) Berikut adalah jenis pelatihan yang dilaksanak oleh Pemerintah Kota Surabaya serta jumlah peserta dan peralatan yang diberikan kepada peserta untuk mendukung pelatihan yang telah telah diberikan di kelurahan Putat Jaya:

Tabel 2.7 Jenis pelatihan dan jumlah peserta pelatihan

No	Jenis Pelatihan/Usaha	Orang Yang Mengikuti	Peralatan Yang Diberikan	Keterangan
1	Kuliner, Jahit, Laundry	53 Orang	-	-
2	Upper Sepatu	30 Orang	1. Telur Asin 350 butir/orang 2. Tabung LPG 3 Kg (1 Unit) 3. Kompor Rinai 2 Tungku (1Unit) 4. Garam 1 Kurang 5. Abu Gosok 1 Karung 6. Perasa telur (Rawon + Soto) 7. Telur 5 rak	

[illegible]



			5. Wajan anti lengket 1 unit 6. Regulator dan selang 1 unit	
--	--	--	--	--

Sumber : Data Kelurahan Putat Jaya (Wardani, Yunita Kusuma. 2015)

Dikutip dari Wardani, Yunita Kusuma (2015) Berbeda dengan yang disampaikan oleh pihak Kelurahan Putat Jaya, menurut Ketua RW XI tidak semua warga mendapatkan pelatihan, justru warga diluar ring lokalisasi dan tidak termasuk terdampak yang mendapatkan pelatihan dan mendapat barang-barang tersebut diatas. Singkatnya, pihak RW mengatakan bahwa program pelatihan yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surabaya tidak tepat sasaran.

Dari data yang disampaikan oleh kelurahan Putat Jaya. Pasca pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada beberapa warga yang sudah memiliki usaha dari pelatihan kewirausahaan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.8 Jenis usaha yang dimiliki dari hasil pelatihan

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Bakso	16 Orang
2	Rawon	11 Orang
3	Jamur Crispy	11 Orang
4	Kerupuk Ikan	8 Orang
5	Mie Hijau	19 Orang
6	Pisang Keju	15 Orang
Jumlah		80 Orang

Sumber : Kelurahan Putat Jaya (Wardani, Yunita Kusuma. 2015)

2.2 Usaha kecil menengah (UKM)

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly yang nantinya akan memamerkan dan memasarkan produk UKM-UKM kawasan Jarak-Dolly dan Kota Surabaya. Penulis melakukan kajian pustaka



tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk mengetahui definisi, karakter dan aspek-aspek lainnya yang akan menjadi referensi penulis atau praktikan untuk menyusun konsep yang optimal dalam memfasilitasi UKM-UKM yang akan menjadi objek desain dalam desain interior ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.

2.2.1 Definisi Usaha kecil menengah (UKM)

Usaha kecil menengah (UKM) dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda tergantung pada negara dan aspek-aspek lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan tinjauan khusus terhadap definisi-definisi tersebut agar dapat diperoleh pengertian yang sesuai tentang UMKM, yakni menganut ukuran kuantitatif yang sesuai dengan kemajuan ekonomi.

Di Indonesia, terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UMKM berdasarkan kepentingan lembaga yang memberi definisi, definisi tersebut diantaranya pendefinisian Usaha kecil menengah (UKM) dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menurut Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, dan menurut badan pusat statistik (BPS) :

2.2.1.1 Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995)

Yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- . Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.

2.2.1.2 Badan Pusat Statistik Nasional (BPS)

BPS memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d. 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.



2.2.2 Peran dan Fungsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara terstruktur dengan arah produktivitas dan daya saing adalah tujuan dan peran UMKM dalam menumbuhkan wirausahawan yang tangguh. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran :

1. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi.
2. Penyedia lapangan kerja.
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran (Departemen Koperasi dan UKM, 2008).

Pada pasca krisis tahun 1997 di Indonesia, UMKM dapat membuktikan bahwa sektor ini dapat menjadi tumpuan bagi perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar yang cenderung mengalami keterpurukan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah UMKM setiap tahunnya. Pada tahun 2005 jumlah unit UMKM sebanyak 47,1 juta unit dengan proporsi 99,9 persen dari total unit usaha yang ada di Indonesia dan pada tahun 2006 jumlah UMKM meningkat menjadi sebanyak 48,9 juta unit. Seiring dengan peningkatan jumlah usaha UMKM, maka turut meningkatkan jumlah tenaga kerja yang diserap. Pada tahun 2005, jumlah tenaga kerja yang diserap UMKM sebanyak 83,2 juta jiwa kemudian meningkat pada tahun 2006 menjadi sebanyak 85,4 juta jiwa dan UMKM menyerap 96,18 persen dari seluruh tenaga kerja di Indonesia (BPS, 2007). Posisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM berpotensi menjadi wadah pemberdayaan masyarakat dan penggerak dinamika perekonomian.

2.2.3 Aspek Permodalan pada UMKM

Salah satu hambatan bagi pengembangan UMKM adalah terbatasnya modal yang dimiliki produsen sektor ini. Modal adalah sumber-sumber ekonomi yang diciptakan manusia dalam bentuk nilai uang atau barang. Modal dalam



bentuk uang dapat digunakan oleh sektor produksi untuk membeli sektor produksi untuk membeli modal baru dalam bentuk barang baru lagi. Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UMKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UMKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.

2.2.4 Aspek Sumber Daya Manusia

Pasar tenaga kerja di Indonesia dapat dibedakan atas sektor informal dan formal. Sektor formal atau sektor modern mencakup perusahaan-perusahaan yang mempunyai status hukum, pengakuan dan izin resmi serta umumnya berskala besar. Sebaliknya, sektor informal yang didalamnya termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Kegiatan usaha umumnya sederhana.
2. Skala usaha relatif kecil.
3. Usaha sektor informal umumnya tidak memiliki izin usaha.
4. Untuk bekerja disektor informal biasanya lebih mudah daripada disektor formal.
5. Tingkat penghasilan umumnya rendah.
6. Keterkaitan antar sektor informal dengan usaha lain sangat kecil.
7. Masih menggunakan alat tradisional.
8. Usaha sektor informal sangat beraneka ragam. Dalam hal ini sektor informal merupakan indikasi dari UMKM.



2.2.5 Bentuk Pembinaan Bagi Usaha Kecil Dan Menengah

Sebagai sarana bantuan serta bentuk nyata pembinaan usaha kecil yang tercatat selama ini diantaranya adalah :

1. Sistem kemitraan usaha.
2. Dana pembinaan BUMN 1-5 persen dari keuntungan bersih.
3. Pembentukan lembaga penjamin kredit usaha kecil.
4. Fasilitas kredit perbankan khususnya untuk pengusaha kecil.
5. Kredit tanpa agunan (kredit kelayakan usaha).
6. Pembentukan proyek pengembangan usaha kecil.
7. Pembentukan proyek pengembangan hubungan bank dengan kelompok swadaya masyarakat.
8. Pembentukan forum komunikasi perbankan untuk pengembangan usaha kecil.

2.2.6 Sentra UKM dan Kluster UKM



Gambar 2.5 Produk dan fasad bangunan sentra UKM MERR

Sumber : <http://sentraukm-surabaya.blogspot.co.id/2015/05/sambal-udang-hebi-bu-sandra.html>
(Akses : 21/1/2017, 19:42 WIB)

Kementerian Koperasi dan UKM telah mensponsori pembangunan UKM dengan mengembangkan sejumlah Sentra Produksi disertai dengan lembaga penyedia jasa layanan bisnis (BDS) dan memanfaatkan Koperasi Simpan Pinjam/Unit Simpan Pinjam Koperasi tertentu sebagai lembaga pendukungnya. (Sumber : portalukm.com/siklus-usaha/membangun-usaha/sentra/)

Berdasarkan SK Menteri Negara Koperasi dan UKM No: 32 / Kep / M.KUKM / IV / 2002, tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan



Sentra. Sentra didefinisikan sebagai pusat kegiatan di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat usaha yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster.

Klaster didefinisikan sebagai grup perusahaan yang berkumpul pada satu lokasi dan bekerja pada sektor yang sama (Schmitz, 1997), Klaster adalah kelompok perusahaan yang saling berhubungan, berdekatan secara geografis dengan institusi- institusi yang terkait dalam suatu bidang khusus karena kebersamaan dan saling melengkapi. (Michael Porter, 2000). Kemudian kementerian Koperasi dan UKM, menunjukkan pengertian klaster sebagai kelompok kegiatan yang terdiri atas industri inti, industri terkait, industri penunjang, dan kegiatan-kegiatan ekonomi (sektor-sektor) penunjang dan terkait lain, yang dalam kegiatannya akan saling terkait dan saling mendukung.

Menurut Perry (2005) Indonesia merupakan contoh kasus menarik dalam studi kluster, khususnya kluster UKM karena menurut studi ter Wengel (2002) terdapat kurang lebih 25.000 sentra UKM yang tersebar di Indonesia. Namun demikian terdapat beberapa kluster UKM yang sering menjadi obyek kajian akademis, antara lain sentra industri *furniture* di Jepara (Alexander and Alexander, 2000, Andadari, 2008) dan sentra industri *furniture* Bukir-Pasuruan dan sentra industri kulit di Tanggulangin-Sidoarjo (Marijan, 2005), sentra industri tembaga di Cepur Jawa Tengah (Sato, 2000), sentra industri genteng di Karanggeneng Jawa Tengah (Sandee and Rietveld, 2001) dan beberapa sentra yang lainnya.

2.2.7 Peran Pemerintah Kota Surabaya dalam pengembangan UMKM



Gambar 2.6 Walikota Surabaya Ibu Risma Mengunjungi salah satu booth UMKM Sumber : [http: http://www.kabarprogresif.com/2014_09_01_archive.html](http://www.kabarprogresif.com/2014_09_01_archive.html) (Akses : 25/1/2017, 22:50 WIB)

Pemerintah merupakan aparat yang menyelenggarakan tugas dan kewenangan atau fungsi negara. Pemerintah dalam arti sempit dapat didefinisikan sebagai lembaga eksekutif, sedangkan dalam arti luas pemerintah memiliki makna aparatur negara yang meliputi semua organ, badan, lembaga, alat perlengkapan negara yang melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan negara. Dalam Undang - undang No. 20 tahun 2008 tentang UKM peran pemerintah adalah sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator dalam proses penguatan UKM. Dimana fungsi fasilitator dimaksudkan untuk memfasilitasi UKM dalam rangka mencapai tujuan penguatan usaha yang dimilikinya. Selanjutnya peran dari fungsi regulator yaitu membuat kebijakan - kebijakan yang mempermudah UKM untuk mengokohkan usahanya. Sedangkan fungsi katalisator memiliki tugas untuk mempercepat terjadinya pertumbuhan UKM melalui kebijakan pemerintah, negara dapat memberikan jaminan hukum dan perundang – undangan.

Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya mempunyai tugas desentralisasi di bidang koperasi usaha, mikro, 5 kecil, dan menengah, kemudian untuk melaksanakan tugas sebagaimana tersebut diatas Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya khususnya pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mempunyai tugas antara lain :



1. Penetapan kebijakan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pertumbuhan iklim usaha bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di tingkat kota.
2. Pengawasan, monitoring dan evaluasi upaya pemberdayaan UMKM dalam wilayah kota.
3. Penyelenggaraan pengembangan produksi dan pemasaran hasil usaha masyarakat skala kota.
4. Pelaksanaan dan fasilitas kebijakan usaha mikro, kecil dan menengah skala kota.



Gambar 2.7 Suasana sentra kuliner Convention Hall Jalan Arif Rahman Hakim

Sumber : <http://kelanakota.suarasurabaya.net/news/2017/182673-Berdayakan-PKL,-Pemkot-Surabaya-Bikin-Sentra-Kuliner-Lagi> (Akses : 25/1/2017, 22:50 WIB)

Pada rincian tugas Bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah khususnya pada tugas Penetapan kebijakan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pertumbuhan iklim usaha bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di tingkat kota, terdapat sebelas (11) poin salah satunya menyebutkan memberikan pembinaan dan pengembangan UMKM di tingkat kota. Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya adalah unsur pelaksana Pemerintah Kota di bidang pembinaan dan pengembangan koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kemudian untuk melaksanakan tugas tersebut diatas Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya mempunyai fungsi Pembinaan, Pengawasan, Pengendalian serta Pembangunan di bidang koperasi. Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya juga mempunyai kewenangan untuk melaksanakan tugas-tugas pembinaan serta perumusan



kebijakan dan penyusunan perencanaan pembangunan dibidang koperasi usaha mikro, kecil, dan menengah. serta memfasilitasi pelatihan teknis manajemen dan keterampilan untuk pengusaha kecil, memfasilitasi permodalan bagi usaha kecil dan menengah dalam pengembangan usaha serta mengadakan promosi usaha dan fasilitasi pemasaran (Hendratno Eko Putra, 2010).

Selain melaksanakan program-program untuk koperasi dan UMKM di kota Surabaya, Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pemerintah Kota Surabaya juga menjalin kemitraan dengan pihak terkait dalam mendukung pengembangan koperasi dan UMKM, misalnya menjalin kemitraan UMKM dengan Apresindo dengan menggandeng UMKM sepatu dan tas. (Eko Agus Supriadi, Kepala BKPPM Kota Surabaya, Oktober 2013). Wali Kota Surabaya, Ibu Risma menilai UKM di Kota Surabaya saat ini sudah bisa bersaing di pasar, bahkan ada UKM yang sudah mampu mengekspor produknya ke luar negeri, terutama produk fashion. Dia mencontohkan, UKM yang baru saja mengirim 5.000 mukena dan 1.000 gamis ke sejumlah negara di Timur Tengah. bu Risma juga menambahkan, target Pemkot adalah setiap kelurahan ada lima UKM. Dengan jumlah 154 kelurahan, berarti harus ada 770 UKM tapi Surabaya sudah memiliki 2.640 UKM dan saat ini target tersebut sudah terpenuhi. Tapi kami akan terus kembangkan UKM karena peluangnya masih ada. Humas PE, Agus Wahyudi menyatakan, jumlah UKM di Surabaya mengalami perkembangan pesat. Pada 2014, jumlah UKM di Surabaya 1.976 UKM dan dalam waktu setahun, naik menjadi 2.640 UKM. (Tribun Surabaya, Zainuddin, 2015).

2.3 Retail

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly penulis atau praktikan melakukan kajian pustaka tentang *retail* untuk mengetahui definisi, karakter dan jenis *retail* yang akan menjadi referensi dalam mendesain Sentra UKM Ex-Wisma Barbara yang juga termasuk kedalam jenis *retail* karena didalamnya terdapat aktifitas penjualan.



2.3.1 Pengertian *Retail*



Gambar 2.8 Interior *retail store*

Sumber : <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/e9/45/2e/e9452e0ab57b432fc20125a081a26111.jpg> (Akses : 23/07/2017, 22:45 WIB)

Keberhasilan suatu bangunan komersial ditentukan oleh beberapa faktor antara lain: ketepatan pemilihan lokasi, perancangan elemen-elemen eksterior dan suasana interiornya, serta tema yang dipilih untuk merepresentasikan fasilitas komersial tersebut. Hal-hal tersebut harus saling mendukung untuk menciptakan suatu kesatuan yang selaras dengan lingkungan dan nyaman bagi penggunaanya (Rachmaniyah et al., 2016).

Retail (retailing) adalah perusahaan yang fungsi utamanya untuk menjual suatu produk kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga. Berman dan Evans (2001:3) menjelaskan bahwa "*Retailing* consists of the business activities involved in *selling* goods and services to consumers for their personal, family, or household use." Bisnis *retail* meliputi penjualan produk dan jasa kepada konsumen akhir, meskipun tidak jarang dijumpai konsumen) pada bisnis *retail* menjual kembali produk yang dibeli.

2.3.2 Fungsi *Retail*

1. Ritel merupakan tahap akhir proses distribusi dengan dilakukannya penjualan langsung pada konsumen akhir.
2. Bisnis *retail* berfungsi sebagai perantara antara distributor dengan konsumen akhir, *Retailer* berperan sebagai penghimpun barang, *retail* sebagai tempat rujukan.



3. Ritel berperan sebagai penentu eksistensi barang dari manufacture di pasar konsumsi.
4. Membeli dan menyimpan barang.
5. Memindahkan hak milik barang tersebut kepada konsumen akhir.
6. Memberikan informasi mengenai sifat dasar dan pemakaian barang tersebut.
7. Memberikan kredit kepada konsumen (dalam kasus tertentu).

2.3.3 Jenis *Retail*

Meyer mengklasifikasikan *retailing* berdasarkan lima kriteria, yaitu tipe kepemilikan, produk atau jasa yang dijual, *non-store retailing*, strategi penetapan harga, dan lokasi.

1. Service *Retailing*

Ada tiga jenis *service retailing*, yaitu *rented-goods services*, *owned-goods service* dan *non-goods services*.

- Rented-Goods Service

Dalam jenis ini, para pelanggan menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu. Contohnya penyewaan mobil, *carpet cleaner*, kaset video, laser disc, dan apartemen. Dalam hal ini suatu produk fisik disewakan dengan tarif tertentu untuk jangka waktu tertentu pula. Konsumen dapat menggunakan produk tersebut tetapi kepemilikannya tetap berada pada pihak *retailer*.



Gambar 2.9 Persewaan mobil termasuk jenis *Rented-Goods Service*

Sumber : http://sewamobilsurabaya.com/foto_berita/44WXRent-Car-harga-turun-April-2015-03e.jpg (Akses : 23/07/2017, 22:50 WIB)



- Owned-Goods Service

Pada owned-goods service, produk -produk yang dimiliki oleh para konsumen direparasi, ditingkatkan atau dikembangkan unjuk kerjanya, atau dipelihara/ dirawat. Owned-goods service juga mencakup perubahan bentuk pada produk yang telah dimiliki pelanggan. Contohnya adalah: jasa reparasi (jam tangan, mobil, sepeda motor, komputer, dan lain-lain), pencucian mobil, dry cleaning perawatan rumput lapangan golf, perawatan taman, dan lain-lain



Gambar 2.10 Suasana bengkel

Sumber : <http://www.klikteknik.com/wp-content/uploads/2016/09/derma-ramadhan-1-1.jpg>
(Akses : 23/07/2017, 22:51 WIB)

- Non-Goods Service

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal yang bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik) ditawarkan kepada para konsumen. Contohnya babysitter, supir, tutor, pemandu wisata, tukang cukur, ahli kecantikan, dan lain-lain.

2. *Product Retailing*

Product retailing terdiri atas beberapa jenis, di antaranya yaitu:

- Toko serba ada – *Department Store*

Departemen Perdagangan Amerika Serikat mendefinisikan *department store* sebagai suatu perusahaan eceran yang mempekerjakan paling sedikit 25 orang dan memiliki penjualan pakaian dan peralatan rumah tangga sejumlah 20 persen atau lebih dari penjualan totalnya. Sebuah toserba juga harus menjual item-item tertentu dalam lini produknya, di antaranya yaitu mebel, pera botan,



peralatan dan perlengkapan rumah tangga, dan pakaian. Biasanya toserba yang besar terdiri atas beberapa divisi dan departemen. Setiap divi merupakan gabungan dari beberapa departemen yang menjual lini barang dagangan yang saling berkaitan atau berhubungan.



Gambar 2.11 Matahari

Sumber : <http://sp.beritasatu.com/media/images/original/20140905105255873.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:02 WIB)

- Specialty Store

Ciri khas *specialty store* adalah konsentrasinya pada jenis barang dagangan yang terbatas/sedikit. Contohnya Computer Land (komputer-komputer kecil), Toys “R” Us (mainan anak-anak), Singer Sewing Centers (mesin jahit), The Limited (pakaian wanita), Benetton (pakaian remaja), dan Athlete Foot (sepatu olahraga) *Specialty store* biasanya berlokasi di pusat perbelanjaan yang besar.



Gambar 2.12 Sport Station

Sumber : <http://www.katalokal.com/wp-content/uploads/2015/12/sport-station-kalibata-city-square2.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:05 WIB)



- Catalog Showroom

Catalog showroom menawarkan harga rendah, merek nasional, dan daerah perbelanjaan yang kecil yang berdekatan dengan tempat pajangan (*display*) ecerannya. Biasanya pembeli menelaah katalog-katalog yang terdistribusi luas sebelum mengunjungi toko tersebut. Pembeli harus melengkapi blanko pemesanan, yang akan diproses sebelum item yang dibeli diserahkan; kepadanya di lokasi pusat. Dengan membatasi pajangannya, catalog show room dapat mengurangi risiko kecurian atau kehilangan.



Gambar 2.13 Booth honda, biasanya terdapat aktifitas pembagian brosur

Sumber : http://2.bp.blogspot.com/-iDUpHuYGbEE/T-fy0KYEvbI/AAAAAAAAABhg/-MEnm6DD9GY/s1600/DSC_0778.JPG (Akses : 23/07/2017, 23:10 WIB)

- Food and Drug *Retailer*

Ada tiga jenis utama food and drug *retailer*, yaitu business. pasar swalayan (supermarket) dan superdrug *store*, convenience *store*, dan combination *store*.

1. Pasar swalayan dan superdrug *store* adalah toko-toko besar yang menjual makanan atau obat-obatan dalam jumlah besar dengan harga yang rendah. Para pelanggan memilih barang dagangan yang tersusun rapi pada rak-rak tertentu dan dapat menempatkannya pada kereta dorong atau keranjang, kemudian membawa dan membayarnya di kasir.
2. Convenience *store* adalah toko swalayan mini yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan berlokasi di sekitar tempat pemukiman



penduduk, serta biasanya buka 24 jam Contoh convenience *store* antara lain Circle K, Freshmart, dan Indomart.

3. Combination *store* lebih besar daripada pasar swalayan konvensional maupun superdrug *store*, tetapi serupa dalam strategi penetapan harga dan praktik-praktik operasinya.

3. Non Store Retailing

Non *store retailing* menjual produk dan jasa dengan memakai metode-metode seperti vending machines, direct *selling*, mail order *retailing*, dan teknik-teknik elektronik.

- Telephone and media *retailers*

Dalam kategori ini, penjual menggunakan telepon (telemarketing) dan media periklanan seperti TV, surat kabar, radio, dan majalah untuk menginformasikan serta membujuk konsumen untuk membeli produk-produknya.

- Mail order

Dalam metode mail order, penjualan dilakukan melalui pemesanan dengan menggunakan katalog-katalog tertentu via pos.

- Vending machines

Ini merupakan bagian dari peralatan otomatis dimana pelanggan bisa memasukkan uang ke mesin untuk memperoleh produk.

- Electronic Shopping

Sistem belanja dengan bantuan alat elektronik misalnya komputer yang dihubungkan dengan kabel telepon atau internet. Calon pembeli akan disediakan katalog pada layar untuk kemudian produk yang dibeli akan dikirimkan ke penyedia jasa.

- Direct *Selling*

adalah sistem penjualan barang konsumsi dengan langsung ke perorangan, dirumah-rumah ataupun tempat kerja. Penjualan dengan metode ini bisa kita



temukan di kehidupan sehari-hari misalnya penjual kosmetik keliling, buku, atau peralatan rumah tangga.

4. Alternatif penetapan harga

Setiap pemilik *retail* menawarkan harga yang sangat bervariasi mulai dari harga yang murah, sampai dengan harga yang mahal. Untuk barang yang sama harga yang ditetapkan dapat berbeda antara *retailer* yang satu dengan *retailer* yang lain. Ada pengecer yang berani menetapkan harga tinggi karena mereka juga menawarkan pelayanan tertentu yang menarik bagi konsumen. Namun biasanya ada kelompok *retail* yang menawarkan harga yang lebih rendah. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah *discount store* yakni toko yang menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen rumah tangga dengan harga serba diskon. Salah satu contoh *discount store* adalah kegiatan super bazaar.



Gambar 2.14 Kegiatan bazaar

Sumber : <http://static.asiawebdirect.com/m/bangkok/portals/chiangmai-bangkok.com/homepage/shopping/nightbazaar/allParagraphs/BucketComponent/ListingContainer/05/image/street-shopping1.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:30 WIB)

5. Lokasi

Retailer dapat dikelompokkan berdasarkan lokasinya, yaitu:

- Strip development



Gambar 2.15 Strip development

Sumber : <http://www.katalokal.com/wp-content/uploads/2015/12/sport-station-kalibata-city-square2.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:05 WIB)

- Downtown central business districts



Gambar 2.16 Miami central business districts

Sumber : <http://www.katalokal.com/wp-content/uploads/2015/12/sport-station-kalibata-city-square2.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:05 WIB)

- Pusat perbelanjaan (Shopping center)



Gambar 2.17 Mall

Sumber : <http://www.katalokal.com/wp-content/uploads/2015/12/sport-station-kalibata-city-square2.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:05 WIB)



2.3.4 Pengelompokan *retail*

Dikutip dari adam reizanul haq (2012) Karakteristik dasar ritel dapat dipergunakan sebagai dasar mengelompokkan jenis ritel. Terdapat tiga karakteristik dasar yaitu:

1. Pengelompokkan berdasarkan unsur-unsur yang digunakan ritel untuk memuaskan kebutuhan konsumen
2. Pengelompokkan berdasarkan sarana atau media yang digunakan
3. Pengelompokkan berdasarkan kepemilikan

1. Pengelompokkan berdasarkan unsur-unsur yang digunakan ritel untuk memuaskan kebutuhan konsumen

dalam pengelompokan ini terdapat beberapa unsur, yaitu:

- Berdasarkan jenis barang yang dijual
- Perbedaan dan keanekaragaman barang yang dijual
- Tingkat pelayanan konsumen
- Harga barang

Berdasarkan unsur-unsur diatas, ritel dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. *Supermarket* tradisional



Gambar 2.18 Supermarket

Sumber : <https://www.reinvestment.com/wp-content/uploads/2015/12/shopping-aisle-c-town-supermarket-pa.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:25 WIB)

Supermarket tradisional melayani penjualan makanan, daging, serta produk produk makanan lainnya, serta melakukan pembatasan penjualan terhadap produk produk nonmakanan, seperti produk kesehatan, kecantikan, dan produk-produk umum lainnya. Sedangkan supermarket konvensional yang lebih luas yang



juga menyediakan layanan antar, menjual roti dan kue-kue (*bakery*), bahan makanan mentah serta produk nonmakanan disebut sebagai *superstore* (reizanul, adam. 2012).

2. *Big-box retailer*

Lebih dari 25 tahun berikutnya, supermarket mulai berkembang dengan semakin memperluas ukuran dan mulai menjual berbagai produk luar negeri yang bervariasi. Pada format *big-box retailer*, terdapat beberapa jenis supermarket, yaitu *supercenter*, *hypermarket*, dan *warehouse club* (reizanul, adam. 2012).

- *Supercenter* adalah supermarket yang mempunyai luas lantai 3.000 sampai 10.000 meter persegi dengan variasi produk yang dijual, untuk makanan sebanyak 30-40% dan produk-produk nonmakanan sebanyak 60-70%. *Supermarket* jenis ini termasuk *supermarket* yang tumbuh dengan cepat. Persediaan yang dimiliki berkisar antara 12.000-20.000 item. *Supermarket* jenis ini memiliki kelebihan sebagai tempat belanja dalam satu atap (*one stop shopping*) sehingga banyak pengunjungnya yang datang dari tempat jauh.



Gambar 2.19 Walmart USA

Sumber : <https://www.reinvestment.com/wp-content/uploads/2015/12/shopping-aisle-c-town-supermarket-pa.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:25 WIB)

- *Hypermarket* merupakan supermarket yang memiliki luas antara lebih dari 18.000 meter persegi dengan kombinasi produk makanan 60-70% dan produk-produk umum 30-40%. *Hypermarket* merupakan salah satu betruk



supermarket yang memiliki persediaan lebih sedikit dibanding *supercenter*, yaitu lebih dari 25.000 item yang meliputi produk makanan, perkakas (*hardware*), peralatan olahraga, *furniture*, perlengkapan rumah tangga, computer, elektronik, dan sebagainya. Dengan demikian *hypermarket* adalah toko eceran yang mengombinasikan pasar swalayan dan pemberi diskon lini penuh.



Gambar 2.20 *Hypermarket*

Sumber : <https://www.reinvestment.com/wp-content/uploads/2015/12/shopping-aisle-c-town-supermarket-pa.jpg> (Akses : 23/07/2017, 23:25 WIB)

- *Warehouse* merupakan ritel yang menjual produk makanan yang jenisnya terbatas dan produk-produk umum dengan layanan yang minim pada tingkat harga yang rendah terhadap konsumen akhir dan bisnis kecil. Ukurannya antara lebih dari 13.000 meter persegi dan lokasinya biasanya di luar kota. Pada jenis ritel ini, interior yang digunakan lebih sederhana. Produk yang dijual meliputi makanan dan produk umum biasa lainnya.





Gambar 2.21 *Bright Store* mini store yang terletak di pom bensin

Sumber : <http://pertaminaretail.com/img/BrightStore03.jpg?lol=lol> (Akses : 23/07/2017, 23:28 WIB)

3. *Convenience store*

Convenience store memiliki variasi dan jenis produk yang terbatas. Luas lantai ritel jenis ini berukuran kurang dari 350 meter persegi dan biasanya didefinisikan sebagai pasar swalayan mini yang menjual hanya lini terbatas dari berbagai produk kebutuhan sehari-hari yang perpurannya relative tinggi. *Convenience store* ditujukan kepada konsumen yang membutuhkan pembelian dengan cepat tanpa harus mengeluarkan upaya yang besar dalam mencari produk-produk yang diinginkannya. Peroduk-produk yang dijual biasanya ditertpakan dengan harga yang lebih tinggi daripada di supermarket (reizanul, adam. 2012).



Gambar 2.22 7 Eleven

Sumber : <http://pertaminaretail.com/img/BrightStore03.jpg?lol=lol> (Akses : 23/07/2017, 23:30 WIB)

4. *General Merchandise retail*

Dikutip dari adam reizanul haq (2012) jenis-jenis *General Merchandise retail* yaitu

- Toko diskon
- Toko khusus
- Toko kategori
- *Department store*
- *Off-price retailing*



- Value *retailing*

2.3.5 Peran desain interior pada *Store Based Retail*

Menurut Kusumowidagdo (2015) Terdapat beberapa hal yang menyebabkan mengapa desain interior yang menunjang menjadi sangat penting bahkan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi *store based retail*, di antaranya adalah sebagai berikut:

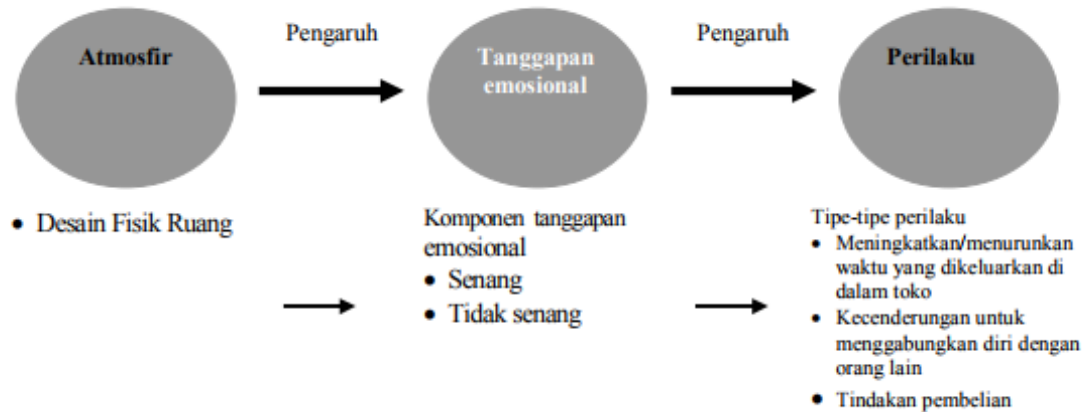
1. Desain interior yang tepat merupakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung

Tujuan berbelanja tidaklah murni untuk memenuhi dan membeli kebutuhan semata terdapat kebutuhan psikologi yang sifatnya irasional (selain kebutuhan fungsional). Berbelanja adalah aktivitas yang memiliki beberapa fungsi, misalnya untuk melepaskan diri dari rutinitas, mempelajari trend baru, kegiatan fisik, *sensory stimulation* (kegiatan cuci mata), sosialisasi dan bermasyarakat, serta simbol status dan otoritas. Bagi para *retailer*, desain interior toko dapat membantu membentuk arah maupun durasi perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian. Sehingga di sini desain toko berfungsi sebagai salah satu stimuli. Suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko. (Levy dan Weitz, 1998:126).

2. Desain interior toko dapat mengkomunikasikan citra toko

Perkembangan sektor ritel yang sedemikian pesat, menyebabkan bertambahnya pula jumlah toko-toko. Diantara banyaknya toko lain, maka agar tetap memiliki daya saing, perlunya desain interior yang unik, nyaman namun tetap fungsional dan mendukung suasana berbelanja dapat menjadi unsur pembeda dibanding toko lainnya (Kusumowidagdo, 2015) .

3. Desain interior toko dapat mengundang reaksi emosi pengunjung



Gambar 2.23 Pengaruh suasana ruang terhadap perilaku pengunjung (Donovan dan Rossiter, 1982)

Sumber : <http://ced.petra.ac.id/index.php/int/article/viewFile/16343/16335> (Akses : 23/07/2017, 20:12 WIB)

Desain dan suasana toko, seperti telah dibuktikan dalam penelitian Donovan dan Rossiter (1982) mempengaruhi keadaan emosi pengunjung. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan, baik yang muncul dari psikologikal set ataupun keinginan yang bersifat mendadak (impulse). Kondisi ruang dapat mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian. Lebih lanjut, dalam berbagai penelitian serupa, juga terbukti positif dapat meningkatkan keadaan emosional yang selanjutnya berpengaruh terhadap perilaku belanja konsumen.

2.3.6 tujuan desain interior pada *retail*

Dikutip dari Kusumowidagdo (2015), Menurut Levy and Weitz (2004:588), desain interior toko yang baik akan memiliki tujuan sebagai berikut:

- Desain yang secara konsisten dapat mencerminkan image dan strategi

Desainer interior harus mampu mewujudkan desain yang dapat mencerminkan image atau citra dan strategi market target, market *segment* dan positioning toko. Baker et.all. (1992) dalam risetnya menemukan bahwa persepsi



pengunjung atas desain interior toko berkorelasi positif dengan persepsi harga, kualitas pelayanan interpersonal dan kualitas *merchandise*.



Gambar 2.24 Retail Rolex Watch

Sumber : https://cache2.senatus.net/files/myerscms/senatus_Ily0Pa.jpg (Akses : 23/07/2017, 23:30 WIB)

- Desain yang dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung

Untuk dapat memberikan daya tarik ini, maka secara optimal desainer harus dapat secara kreatif mewujudkan desain yang memberikan perbedaan dan cukup unik dibandingkan dengan toko-toko lainnya. Keunikan desain dapat meningkatkan visibility toko.



Gambar 2.25 Creative design

Sumber : <http://www.architetturaedesign.it/wp-content/uploads/2010/02/ebarrito-store-design-green.jpg> (Akses : 23/07/2017, 16:24 WIB)



- Desain yang mempertimbangkan fungsionalitas dan efisiensi

Desain yang baik, tidak hanya tampak secara visual saja, namun keberhasilan desain juga harus dapat memperhitungkan dengan baik antara biaya yang dikeluarkan dengan value yang dihasilkan dan juga profitabilitas yang akan didapat, serta fungsionalitas desain (akomodasi terhadap semua kebutuhan ruang yang diperlukan).

- Desain yang *flexible*

Desain harus cukup *flexible* dan adaptif dengan perubahan, untuk kebutuhan ekspansi dan juga untuk produk-produk yang terkait dengan trend dan memiliki *product life cycle* yang singkat, seperti produk-produk fashion, kosmetik dan interior. Selain itu terdapat event-event promosional khusus yang membutuhkan desain khusus pula seperti Lebaran dan hari Natal.



Gambar 2.26 Dispal *retail* tematik

Sumber : <https://s-media-cache-ak0.pinning.com/736x/c2/32/6b/c2326b0ccb4c0c962e667722244ea732--christmas-window-display-christmas-store.jpg> (Akses : 23/07/2017, 16:30 WIB)

- Desain yang mempertimbangkan keamanan

Desain yang aman baik untuk penyandang cacat, anak-anak dan orang tua akan menjadi nilai tambah. Pemikiran-pemikiran khusus yang terkait hal ini saat ini masih seringkali menjadi nomor kesekian dalam mendesain toko



2.3.7 Interior pada *retail*

Dikutip dari Mahendra Wardhana dalam Logika Konfigurasi Ruang Dan Aspek Psikologi Ruang Bagi Lansia (2016) Persepsi adalah proses yang menjadi inti dari berbagai perilaku terhadap lingkungan sejak menjadi sumber dari semua informasi mengenai lingkungan (McAndrew 1992: 28). Termasuk di dalam lingkup pembentuk suasana ruang dalam adalah bidang-bidang plafon, dinding dan lantai. Perpaduan penggunaan material dan bahan yang tepat akan memberikan kesan serasi dan menyatu. Selain elemen-elemen tersebut, warna, pencahayaan, bau-bauan dan sound. Selain itu fikstur-fikstur mekanikal dan elektrik sebaiknya mendapat perhatian khusus karena perletakan yang baik dan terencana akan memberikan kesan visual yang baik pula (Kusumowidagdo. 2015).

Unsur-unsur interior banyak menjadi obyek dalam berbagai penelitian yang dilakukan oleh Donovan, Rossiter, Marcoolyn, dan Nesdale (1994). Akhter, Andrews, dan Durvasula (1994), Donovan dan Rossiter (1982), Ward, Bitner, dan Barnes (1992), dan Grossbart, Hampton, Rammohan, dan Lapidus(1990). Semua studi ini menemukan bahwa general interior mempengaruhi perilaku. Berbagai riset ini menunjukkan bahwa persepsi dari interior mempengaruhi pendekatan atau penghindaran, waktu yang dihabiskan dalam lingkungan belanja, dan penjualan.

Salah satunya, Tiga riset terbaru telah menguji efek-efek dari aroma pada belanja (Mitchell, 1995). Secara menarik, Mitchell menemukan bahwa tipe berbeda dari aroma secara signifikan mempengaruhi perilaku, sedangkan penelitian lain menemukan bahwa sifat aroma tidak memiliki sebuah dampak pada perilaku konsumen tetapi keberadaan atau ketiadaan dari sebuah bau mempengaruhi perilaku. Bersama dengan studi ini juga menyatakan bahwa bau bisa mempengaruhi penjualan, waktu pemrosesan, beragam perilaku mencari, dan waktu yang dihabiskan yang diterima dalam sebuah toko. Dampak pencahayaan di teliti Baker, Grewal, dan Parasuraman(1994), dan Baker, Levy, dan Grewal (1992). Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor pencahayaan bisa mempengaruhi image toko dan pemeriksaan serta kesan penanganan produk.



kedua riset tersebut adalah bagian dari penelitian yang membuktikan bahwa desain interior yang diterapkan pada sebuah *retail* akan mempengaruhi psikologi dan kenyamanan pembeli serta tentunya akan kepada jumlah pembelian.

2.3.8 Layout *retail*

Store layout direncanakan sesuai dengan program ruang yang biasanya disusun berdasarkan observasi mengenai kebutuhan ruang. Tiap toko memiliki luas lantai yang berbeda, namun yang terpenting adalah bagaimana melakukan pembagian antara *selling*, *merchandise*, *personnel* dan *customer* area, yang memiliki fungsi yang berbeda:

- *Selling space* adalah area untuk *display merchandise*, adanya interaksi antara penjual dan *customer* demonstrasi dan lain sebagainya. Untuk *retail* dengan sistem *self service*, misalnya, membutuhkan lebih banyak tempat untuk *display* barang-barang.
- *Merchandise space* adalah area tempat penyimpanan stok barang. Toko sepatu tradisional, sebagai contoh membutuhkan banyak ruang untuk penyimpanan.
- *Personnel space* merupakan area khusus bagi karyawan, biasanya dipergunakan untuk berganti pakaian, makan dan rest room. Biasanya pemilik bisnis *retail* cenderung memberikan alokasi yang ketat karena ruang yang ada sangat berharga.
- *Customer space* merupakan area bagi pengunjung, area ini dapat meningkatkan mood berbelanja. Termasuk di dalamnya adalah tempat duduk, *lounge*, *dressing room*, *cafe*, dan *aisles*.

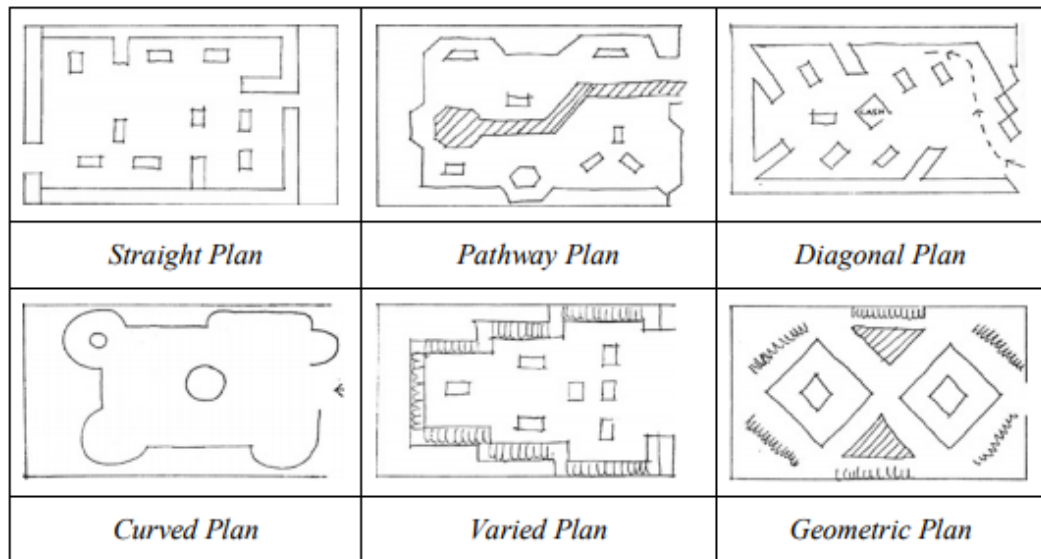
Dikutip dari Mahendra Wardhana dalam Logika Konfigurasi Ruang Dan Aspek Psikologi Ruang Bagi Lansia (2016), melalui konfigurasi ruang, hubungan dan proses sosial tampil dengan sendirinya dalam ruang. Logika dari ruang dan konfigurasinya akan memunculkan deskripsi sosial yang terdapat pada ruang dan konfigurasinya (Darjosanjoto 2007: 5). Untuk itu konfigurasi ruang dan layout ruang bagi *retail* sangat penting karena layout ruang juga akan mempengaruhi



suasana yang dihasilkan dalam sebuah ruangan. Menurut Kusumowidagdo (2015) *Lay out* toko biasanya diatur berdasarkan empat klasifikasi.

1. Penataan barangbarang dapat diatur secara fungsional atau functional *product* grouping. Sebagai contoh toko perlengkapan baju pria dapat dibagi menjadi kaos, dasi, penjepit dasi, pembersih sepatu, jaket dan celana panjang.
2. Penataan barang-barang berdasarkan motivasi pembelian produk atau purchase motivation *product* groupings. Sebagai contoh, pada department *store*, lantai terbawah biasanya dialokasikan untuk produk-produk yang membutuhkan keputusan pembelian yang cepat. Untuk lantai yang lebih tinggi, dapat *display* barang-barang yang proses keputusan pembeliannya memerlukan waktu lebih lama.
3. Market *segment* groupings, adalah pengaturan group berdasarkan *segmentasi* yang dituju. Misalnya baju anak terpisah dengan baju wanita pada pengaturan layout department *store*.
4. Storability *product* groupings, yaitu penyimpanan berdasarkan kebutuhan penyimpanan. Misalnya pada *lay out* supermarket, terdapat pemisahan area untuk bahan makanan dingin yang membutuhkan lemari pendingin dan barangbarang yang dapat disimpan pada suhu normal.

Yang terpenting juga pada *lay out* toko adalah sirkulasi yang dipergunakan. Terdapat dua jenis sirkulasi yang biasanya digunakan dalam mengatur *lay out* toko yaitu sirkulasi dengan pola geometris (straight pattern) dan sirkulasi dengan *pathwayplan*, *diagonal plan*, *curved plan*, *varied plan* dan *geometric plan*.



Gambar 2.27 *Layout Retail*
Sumber : Kusumowidagdo (2015)

Pola geometris memiliki beberapa keuntungan antara lain, efisiensi ruang, lebih banyak ruang dialokasikan untuk produk, proses berbelanja yang lebih cepat, kontrol persediaan dan keamanan yang lebih terjamin, dan kemudahan untuk *selfservice*. Sedangkan pola campuran biasanya menimbulkan kesan atmosfer yang lebih luwes, pembeli akan merasa lebih rileks, konsumen dapat menjelajahi ke arah manapun yang disukai, dan dapat meningkatkan impulse purchase.

Selain hal-hal tersebut di atas pembagian kebutuhan ruang yang tepat harus dipertimbangkan secara matang. Ada dua model yang mendasari pembagian ruang yaitu model *stock approach* dan *sales productivity ratio*. Model *stock approach* memberikan ruangan khusus dalam porsi cukup besar untuk penyimpanan stok barang, sedangkan *sales productivity ratio* memberikan wilayah yang lebih luas untuk barang-barang yang memiliki tingkat penjualan yang lebih tinggi (Kusumowidagdo, 2015)



2.4 Display Produk

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly yang nantinya akan memamerkan dan memasarkan produk UKM-UKM kawasan Jarak-Dolly dan Kota Surabaya. Penulis melakukan kajian pustaka tentang *display* produk yang akan mendukung dan menjadi referensi utama penulis dalam menyusun konsep desain dan pengaplikasiannya sehingga menghasilkan desain area *display* yang optimal bagi produk dan pengunjung Sentra UKM Ex-Wisma Barbara.

2.4.1 Pengertian *display* produk

Majunya suatu usaha sangat berhubungan dengan manajemen bisnis, sedangkan laju pertumbuhan suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak hal seperti usaha pengembangan produk baru, konsep penjualan (*sales concept*) dan konsep pemasaran (*marketing concept*), oleh karena itu dalam kegiatan sales concept dan marketing concept tidak terlepas dari kegiatan promosi (*sales promotion*) dan kegiatan *display*, sales promotion merupakan hal untuk mempromosikan barang secara langsung agar menarik minat calon pembeli terhadap produk yang dipromosikan.

Komunikasi dengan konsumen tidak selalu menggunakan media massa seperti dengan suara di radio, dengan tulisan dan gambar seperti di majalah dan koran, ataupun dengan media suara dan gambar seperti di televisi. Komunikasi dapat terjadi melalui gambaran visual, *lay out* maupun *display* produk di dalam toko. Komunikasi visual adalah komunikasi perusahaan ritel atau toko dengan konsumennya melalui wujud fisik, seperti identitas toko, *lay out* dan *display* maupun *in-store communication*.

Menata barang dagangan dikenal dengan banyak istilah diantaranya yaitu : *display*, visual merchandising, *merchandise presentation* dan lain sebagainya. Sedangkan pengertian *display* menurut para ahli dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Ngadiman (2008 : 329) menyatakan bahwa *Display*: tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang,



kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli.

2. Menurut Buchari Alma (2004:189) adalah sebagai berikut “ *Display* ialah keinginan membeli sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang, tapi didorong oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.”

Dari penjelasan tersebut, *display* dapat di definisikan sebagai kegiatan dari suatu perusahaan untuk memajukan barang dagangan baik dalam ruangan maupun diluar luar ruangan untuk dapat mempengaruhi calon konsumen secara langsung maupun tak langsung terhadap barang yang akan dijual.

2.4.2 Tujuan *display* produk

1. *Attention and interest*

Attention and interest artinya menarik perhatian pembeli untuk melihat dan membeli produk dengan cara menggunakan warna-warna, lampu-lampu dan elemen dekoratif lainnya.

2. *Desire and action customer*

Desire and action customer artinya untuk menimbulkan keinginan memiliki barang-barang yang dipamerkan di toko tersebut, setelah masuk ke toko, kemudian melakukan pembelian. Sebuah *display* diharapkan dapat memicu emosional terhadap sekilas pandang. Desain produk yang tertangkap langsung dari luar, dapat membangun kesan pertama yang memancing orang untuk masuk ke dalam toko tersebut.

Selain tujuan yang telah diterangkan di atas penataan produk juga memiliki beberapa fungsi, yaitu (lendar, 2015) :

1. Menciptakan citra niaga/*store image*
2. Meningkatkan pembeli
3. Memperkenalkan barang baru
4. Meningkatkan keuntungan.

2.4.3 Jenis *display* produk

Dikutip dari goresan lendar (2015), Secara umum, *display* dibagi menjadi:



2.4.3.1 Window display

Window display adalah pemajangan barang dagangan di etalase atau jendela. Kegiatan usaha atau memajangkan barang-barang, gambar-gambar kartu harga, simbol-simbol, dan sebagainya dibagian depan toko yang disebut etalase. Tujuan *window display* adalah untuk menarik minat konsumen sekaligus menjaga keamanan barang. *Window display* akan memperlihatkan barang dagangan yang ditawarkan saja, tanpa dapat disentuh oleh konsumen, sehingga bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut, maka ia dipersilahkan untuk masuk lebih memperjelas pengamatannya (lendar, 2015).

Dari penjelasan diatas, secara umum fungsi *window display* adalah:

1. Untuk menarik perhatian konsumen
2. Memancing perhatian terhadap barang barang yang dijual di toko
3. Menimbulkan impulse buying (dorongan seketika)
4. Menimbulkan daya tarik terhadap keseluruhan suasana toko
5. Menyatakan kualitas barang yang baik dan ciri khas toko tersebut



Gambar 2.28 *Window Display*

Sumber :

http://s3images.coroflot.com/user_files/individual_files/original_270722_JBMM_jJBpXEYXDyKaGVn9wlYV.jpg (Akses : 25/08/2017, 22:52 WIB)

2.4.3.2 Interior display

Interior display adalah pemajangan barang dagangan di dalam toko. *Interior display* banyak dipergunakan untuk barang-barang yang sudah dikenal luas oleh masyarakat. *Interior display* terdiri dari :

1. *Open Interior Display*



Gambar 2.29 *Open Interior Display*

Sumber : https://pemasaransmkn1udanawu.files.wordpress.com/2014/08/5project-1hypermarket-3hypermart_resize.jpg (Akses : 25/08/2017, 23:06 WIB)

Sebuah sistem penataan barang dagangan di dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan secara terbuka sehingga konsumen dapat melihat, dan mengamati tanpa bantuan petugas penjualan (pramuniaga), misalnya *self display*, *island display* (barang-barang diletakkan diatas lantai dan ditata dengan baik sehingga menyerupai pulau-pulau).

Kelebihan dari open interior *display* antara lain;

1. Barang dagangan dapat dijual dengan cepat (*fast moving*).
2. Pemilik toko dengan mudah mengadakan perubahan susunan *display* apabila sewaktu waktu diperlukan.
3. Alat alat yang dipakai untuk mendisplay barang barang relatif sederhana.

Secara umum syarat barang barang yang dapat di *display* dengan system open interior adalah:

1. Barang barang yang lama lakunya (*slow moving*)
2. Barang barang yang ingin cepat habis terjual (*fast moving*)
3. Barang barang yang dibeli atas dorongan kata hati (*impulse buying*)

2. *Close Interior Display*

Adalah penataan barang dagangan di dalam kegiatan usaha dimana barang diletakkan dalam tempat tertentu, sehingga konsumen hanya dapat mengamati



saja. Bila konsumen ingin mengetahui lebih lanjut, maka ia akan minta tolong pada wiraniaga untuk mengambilkannya.



Gambar 2.30 *Close Interior Display*

Sumber : [http://4.bp.blogspot.com/-](http://4.bp.blogspot.com/-fLIBNtN1OZg/Ubtu_mCc8DI/AAAAAAAAAGJY/C8YbE8HGcqE/s1600/Selima-Optique-Paris-Le-Bon-Marche-June-Pop-Up-Shop-View-Interior-Close.jpg)

[fLIBNtN1OZg/Ubtu_mCc8DI/AAAAAAAAAGJY/C8YbE8HGcqE/s1600/Selima-Optique-Paris-Le-Bon-Marche-June-Pop-Up-Shop-View-Interior-Close.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-fLIBNtN1OZg/Ubtu_mCc8DI/AAAAAAAAAGJY/C8YbE8HGcqE/s1600/Selima-Optique-Paris-Le-Bon-Marche-June-Pop-Up-Shop-View-Interior-Close.jpg) (Akses : 26/08/2017, 16:50 WIB)

3 *Architectural display*

Yaitu menata produk yang menunjukkan gambaran mengenai penggunaan barang yang diperdagangkan, misalnya ruang tamu, mebeleur, bed set di kamar tidur.



Gambar 2.31 *IKEA furniture display*

Sumber : <http://www.urbansales.co.nz/> (Akses : 26/08/2017, 18:52 WIB)

4 *Store sign and decoration*

Merupakan simbol, tanda, poster, lambang, gambar, dan semboyan yang diletakkan diatas meja atau digantung dalam ruangan toko, *store sign* digunakan untuk memberi arah kepada calon pembeli ke arah barang dagangan dan memberi informasinya mengenai kegunaan barang tersebut, *decoration* pada umumnya



digunakan dalam acara khusus, seperti pada hari raya, natal dan menyambut tahun baru.



Gambar 2.32 Store Sign and Decoration

Sumber :

https://sc02.alicdn.com/kf/HTB17_ptJXXXXXb4XVXXq6xXFXXXG/225402772/HTB17_ptJXXXXXb4XVXXq6xXFXXXG.jpg (Akses : 26/08/2017, 19:02 WIB)

5 Dealer display

Dealer *display* merupakan simbol, petunjuk-petunjuk mengenai penggunaan barang yang dibuat oleh produsen, simbol-simbol tersebut akan memberi petunjuk kepada pramuniaga untuk memberikan informasi yang sesuai.



Gambar 2.33 Product Guide and classification

Sumber : https://www.sportsmansguide.com/Images/RetailStore/Store_Image_05.jpg (Akses : 26/08/2017, 19:20 WIB)



2.4.3.3 Eksterior *Display*

Eksterior *display* adalah pemajangan barang dagangan di tempat tertentu di luar kegiatan usaha yang biasa digunakan. Pemajangan sistem ini banyak digunakan untuk promosi barang, pengenalan produk baru, penjualan istimewa seperti cuci gudang, discount dan sejenisnya. Untuk pemasaran secara tetap pemajangan sistem ini kurang optimal karena kelemahan faktor pengamanan, cuaca, pengiriman barang dan sebagainya. Intinya, eksterior *display* hanya tepat dipergunakan untuk kondisi penjualan tertentu.

Fungsi Eksterior *display* adalah;

- 1) Memperkenalkan produk dengan cepat dan ekonomis
- 2) Membantu mengkoordinir advertising dan merchandising
- 3) Membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, seperti pada waktu Hari Raya, ulang tahun dan sebagainya
- 4) Mendistribusikan barang ke konsumen dengan cepat.



Gambar 2.34 Eksterior *Display*

Sumber : https://www.sportsmansguide.com/Images/RetailStore/Store_Image_05.jpg (Akses : 26/08/2017, 19:36 WIB)

2.4.3.4 Solari *display*

Solari display yaitu menempatkan barang dagangan di bagian Depan *Store* sebagai daya tarik bagi konsumen setelah masuk kedalam toko, misalnya pakaian yang digunakan oleh boneka model (*menequin*). Baik

dengan open interior *display*, maupun dengan closed interior *display*, barang dagangan itu perlu diatur, ditata, disusun sedemikian rupa, agar para konsumen atau para pelanggan dapat tertarik dan berminat mau membelinya. Banyak cara yang dilakukan para pengusaha untuk memikat, merangsang agar barang dagangannya banyak diminati, disenangi para konsumen dan para pelanggan. Salah satu cara untuk memajukan barang dagangannya, diantaranya dengan ikut serta menyelenggarakan pameran. Pameran (exhibition) adalah salah satu cara promosi barang dagangan dengan melalui pameran khusus.



Gambar 2.35 Solari Display

https://pemasaransmkn1udanawu.files.wordpress.com/2014/08/show_window_by_jap15-d41acku1.jpg (Akses : 26/08/2017, 19:45 WIB)

2.4.4 Teknik *display* produk

Salah satu keberhasilan sebuah bisnis ritel adalah cara mendisplay produk yang dipasarkan, *Display* yang semakin berkembang yang ditunjang dengan pengembangan media *display* menyebabkan penataan barang menjadi semakin bervariasi. *Display* yang baik akan mempermudah pembeli mencari barang, meningkatkan penjualan, menonjolkan jenis barang dan merek barang, serta memperkenalkan produk terbaru serta fungsi lainnya. Sistem dan teknik *display* barang berdasarkan penempatan barangnya yang menjadi referensi penulis dalam desain interior setra UKM antara lain :

1. Floor *display*



Gambar 2.36 *Floor Display*

Sumber : <https://www.midwestretailservices.com/pics/Pallet-Display-%20Shroud-1.jpg> (Akses : 24/08/2017, 21:50 WIB)

Pemajangan barang dagangan yang disusun langsung di lantai tanpa menggunakan rak apapun. Floor display sering kita lihat pada supermarket, karena disana memiliki area yang luas, sehingga *display* barang di lantai tidak mengganggu arus barang/konsumen. Selain itu perlu diperhatikan dalam teknik *display* ini adalah:

- a) diberi alas palet agar produk paling bawah tidak rusak saat proses pembersihan lantai;
- b) ukuran susunan P x L x T barang yang disusun tidak lebih dari satu meter³ ;
- c) barang yang disusun adalah produk yang sama;
- d) ditempatkan di lokasi yang strategis sehingga mudah dilihat dan tidak mengganggu arus barang / konsumen;
- e) Menambahkan *Point of Purchase* yang menarik.

2. Vertical Display



Gambar 2.37 *Vertical Display*

Sumber <https://egc-market.com/wp-content/uploads/2016/06/image-1-2.jpg> (Akses : 24/08/2017, 22:00 WIB)

Konsep *display* dengan memajang barang dagangan secara vertikal ke atas. Jenis *display* ini dapat dilakukan dengan rak atau lemari *display*. Aturan *display* ini adalah:

- Barang yang disusun merupakan satu produk yang sama dengan ukuran kemasan berbeda;
- Produk dengan ukuran kemasan besar diletakkan di rak selving paling bawah, dan rak selving di atasnya dengan ukuran kemasan lebih kecil;
- Perhatikan komposisi warna kemasan (letakkan produk dengan hadap yang sama).

3. Wall Display



Gambar 2.38 *Wall Display*



Sumber : http://creativestoresolutions.com/images/Catagory/steel_outtrigger_sytems.png (Akses : 24/08/2017, 22:02 WIB)

Konsep *display* dengan penataan produk di rak dengan posisi menempel di dinding. Biasanya digunakan untuk produk fashion / aksesoris.

4. “Impulse Buying” *Display*



Gambar 2.39 “Impulse Buying” *Display*

Sumber : <http://www.happymonpettreats.com/no-flash/display.jpg> (Akses : 24/08/2017, 22:05 WIB)

Display ini adalah konsep *display* dengan membuat sebuah penataan *display* khusus di tempat strategis, sering dilalui konsumen dan mudah terlihat, sehingga konsumen tertarik untuk membeli. *Display* ini biasanya diletakkan di rak dan gondola atau juga rak *display* dekat kasir.

5. *Merchandise Mix Display*





Gambar 2.40 *Merchandise Mix Display*

Sumber : <https://image.slidesharecdn.com/silentsellinggeneral-100304212805-phpapp01/95/visual-merchandising-for-small-retailers-61-728.jpg?cb=1267738230> (Akses : 24/08/2017, 22:10 WIB)

Pemajangan produk dengan memanfaatkan hubungan komplementer, yaitu memajang secara berdekatan antara barang yang biasanya digunakan bersama. Misalnya spagety degan saos; kopi dengan gula; minuman dengan cemilan. Sehingga konsumen akan tertarik untuk membelinya sekaligus.

6. Cut Cases Display

Pemajangan barang dengan menumpuk tanpa mengeluarkan produk dari kemasan karton, tetapi hanya memotong setengah kemasan kartonnya sehingga produk dapat terlihat walau disusun menumpuk. *Display* ini biasanya digunakan untuk minuman / makanan dalam botol dan kaleng.



Gambar 2.41 *Cut Cases Display*

Sumber : <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/ae/09/a4/ae09a4142a0b1d30b3a27835d40cebc6--supermarket-design-pop-display.jpg> (Akses : 24/08/2017, 22:12 WIB)

7. Jumble Display



Gambar 2.42 *Jumble Display*

Sumber : <http://boughtonnorthants.co.uk/website/wp-content/uploads/2015/08/boughton-village-jumble.jpg> (Akses : 24/08/2017, 22:15 WIB)

Display ini dikenal juga dengan *display* promo. Produk dengan berbagai macam merk dan jenis ditempatkan pada rak promo, serta diletakkan di lokasi terbuka. Konsumen bebas mengaduk-aduk barang untuk memilih.

2.5 Signage

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly Penulis melakukan kajian pustaka tentang *signage* yang akan menjadi referensi utama penulis dalam menerapkan konsep desain dan pengaplikasian *signage* yang menjadi elemen penting untuk memberikan informasi mengenai produk, sirkulasi dan informasi lainnya dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai sentra UKM di kawasan Jarak-Dolly.

2.5.1 Pengertian *signage*

Kata *signage* berasal dari kata *sign* yang memiliki arti yang cukup luas, karena *sign* memiliki arti yang berbeda-beda tergantung pada ruang lingkungannya. beberapa arti *sign* antara lain (Rini Suryantini, 2001):

1. Sebuah tampilan publik atau sebuah pesan
2. Sebuah persepsi yang mengindikasikan sesuatu sebagai petunjuk yang terlihat bahwa telah terjadi
3. Tingkah laku atau gerakan sebagai isyarat

Secara umum, *signage* berarti segala macam bentuk komunikasi yang mengandung sebuah pesan. Sebuah *signage* tidak terbatas pada kata-kata saja,



namun juga termasuk gambar, gerakan, bau, rasa, tekstur, suara atau dengan kata lain segala macam cara bagaimana sebuah informasi dapat disampaikan atau diekspresikan oleh makhluk hidup (Fatimah, Zain, 2012).

Signage menurut kamus *Oxford Advance Learner Dictionary Of Current English* adalah sebuah kata atau lempengan untuk memberikan peringatan atau untuk mengarahkan seseorang menuju sesuatu. Menurut Lawrence K Frank, *signage* adalah pesan atau informasi yang muncul secara berturut-turut atau teratur dalam hubungannya dengan tanda-tanda yang penting dan menimbulkan respon manusia (Fatimah, Zain, 2012).

2.5.2 Tipe-tipe signage

Berikut ini adalah tipe-tipe *signage* yang diklasifikasikan dari material, lokasi, dan fungsinya. diantaranya (Fatimah, Zain, 2012):

1. *Banner Signs*, terbuat dari material seperti kain, kertas, dan plastik yang tidak kaku yang biasanya digunakan untuk mempublikasikan acara, presentasi, backdrop dan fungsi lainnya.



Gambar 2.43 Banner

Sumber : <http://d38hrtldt9n4xx.cloudfront.net/streetbanners.jpg> (Akses : 25/08/2017, 21:15 WIB)

2. *Canopy Signs*, signage yang dipasang di permukaan bidang seperti tembok, tiang, dan lain sebagainya. Jika signage digantung dibawah canopy, maka disebut dengan *undercanopy signs* dan umumnya harus berukuran kecil.



Gambar 2.44 *Canopy Signs*

Sumber : http://www.omahaneon.com/images/pet_doctor_awning_large.jpg (Akses : 25/08/2017, 21:28 WIB)

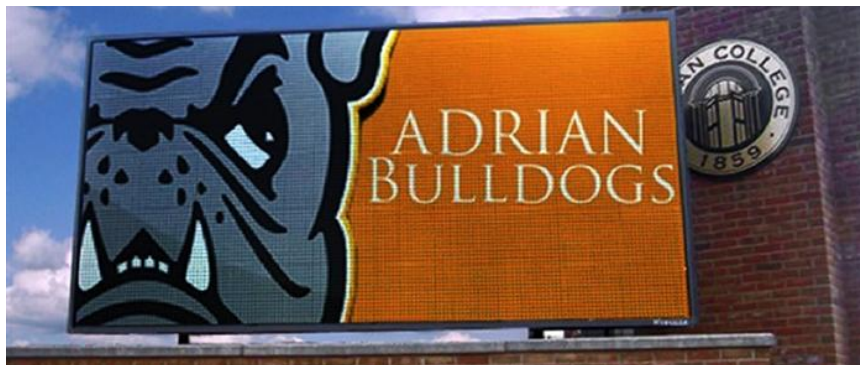
3. Changeable-copy sign, adalah signage yang tulisan tertulis diatas, signage tersebut dapat berubah-ubah seperti message board disuatu hotel atau restoran.



Gambar 2.45 *Changeable-copy sign*

Sumber : http://www.omahaneon.com/images/pet_doctor_awning_large.jpg (Akses : 25/08/2017, 21:28 WIB)

4. *Electronic message center*, menampilkan pesan pada sebuah layar elektronik yang dapat diubah-ubah secara cepat dan efisien.



Gambar 2.46 *Electronic message*



Sumber : http://www.omahaneon.com/images/pet_doctor_awning_large.jpg (Akses : 25/08/2017, 21:30 WIB)

5. Floor signs. merupakan signage yang dilukis atau dipasang diatas lantai, biasanya berupa tulisan atau simbol. Jika memiliki desain yang baik akan memiliki daya tarik dan efektif untuk mengarahkan individu atau kelompok menuju sebuah lokasi.



Gambar 2.47 *Floor Sign*

Sumber : <http://www.designboom.com/wp-content/uploads/2015/04/narita-airport-terminal-3-running-track-party-muji-nikken-designboom-01.jpg> (Akses : 25/08/2017, 21:35 WIB)

6. *Free Standing signs.* Signage yang tidak terpasang pada bangunan. Biasanya memiliki dua sisi sehingga dapat dibaca dari 2 arah yang berlawanan.





Gambar 2.48 *Free Standing sign*

Sumber : <http://dutawarnakreasi.com/assets/images/galeri/pylon%20spbu.JPG> (Akses : 25/08/2017, 21:37 WIB)

7. *Projecting signs*, dipasang pada tembok dan biasanya memiliki 2 sisi sehingga bisa dilihat dari dua arah yang berlawanan sekaligus.



Gambar 2.49 *Projecting Sign*

Sumber : http://www.ward-signs.co.uk/wp-content/files_mf/cache/pst-external-projecting-signs-06-wesley-barrell.jpg_th_b9326ab64ce87b6e2b4e4b1dee3874c8 (Akses : 25/08/2017, 21:52 WIB)

8. *Roof signs*, signage yang didirikan di atas garis atap dari bangunan.



Gambar 2.50 *Roof sign*

Sumber : http://www.ward-signs.co.uk/wp-content/files_mf/cache/pst-external-projecting-signs-06-wesley-barrell.jpg_th_b9326ab64ce87b6e2b4e4b1dee3874c8 (Akses : 25/08/2017, 21:52 WIB)

9. *Suspended signs*, biasanya digunakan untuk interior design, Signage dengan jenis ini biasanya digantung di langit-langit dengan rantai, kawat, senar, atau material lainnya. Jika diposisikan di tempat-tempat strategis



sepanjang perjalanan menuju suatu tempat, maka signage ini akan lebih efektif dibandingkan wall sign.



Gambar 2.51 *Suspended sign*

Sumber : http://www.signsnow.co.uk/sites/default/files/product_images/IMG027.JPG (Akses : 25/08/2017, 21:55 WIB)

10. Wall signs, berfungsi sebagai exterior maupun interior signs. Signage ini terpasang paralel dengan dinding bangunan, muncul tidak lebih dari 18 inci. Signage ini memiliki satu sisi saja dan umumnya berbentuk persegi.



Gambar 2.52 *Wall Signs*

Sumber : <http://www.budsigns.com/wp-content/uploads/2015/09/wallsign21.png> (Akses : 25/08/2017, 21:55 WIB)

11. *Windows signs*, ditempatkan dalam jendela dengan tujuan supaya dapat dilihat dari luar. Signage ini harus jelas dan mampu dibaca dengan mudah.



Gambar 2.53 *Windows signs*

Sumber : <http://verida.us/wp-content/uploads/2014/12/storefront.jpg> (Akses : 25/08/2017, 21:55 WIB)

2.5.3 Tujuan signage

Tujuan signage adalah untuk menghadirkan informasi secara konsisten sehingga individu akan belajar untuk melihat pada beberapa tempat tertentu untuk mengenalinya dengan mudah dan mengikutinya dengan percaya diri. Secara umum, orang membutuhkan informasi pada tempat yang bercabang, masuk dan keluar ruangan atau area tertentu, persimpangan, tangga, lift dan tempat lainnya, dengan pemberian signage pada area tersebut individu atau kelompok akan mendapatkan informasi untuk menyelesaikan urusannya atau mendapatkan apa yang ia inginkan (Fatimah, Zain, 2012).

Signage memiliki beberapa fungsi yang penting bagi manusia, diantaranya:

1. Sebagai alat untuk membantu manusia dengan cara mengarahkan, mengidentifikasi ruang atau struktur dan memberi informasi manusia dalam melakukan kegiatan disuatu ruangan.
2. Memperkuat kualitas lingkungan secara visual
3. melindungi kepentingan umum.

penggunaan signage sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada orang lain harus mempertimbangkan berbagai aspek yang membuat keberadaannya dapat disadari dan berfungsi dengan baik. oleh karena itu aspek-aspek yang sudah seharusnya menjadi syarat signage yang baik adalah:



1. Tingkat kemudahan dan dapat dilihat oleh manusia. Hal-hal mendukung antara lain, penempatan, penggunaan, warna, dan material, bentuk, pemasangan, peletakan kumpulan sign yang teratur dan sebagainya yang berkaitan signage secara keseluruhan.
2. Informasi yang disampaikan oleh signage adalah informasi yang dapat dimengerti. hal itu tergantung dari konstruksi kalimat signage dapat dimengerti atau tidak.
3. Dapat dibaca jelas seperti kemampuan sebuah kata utama yang muncul dan mecolok, atau menarik perhatian dibandingkan backgroundnya. hal ini bergantung pada format penyampaian informasinya, seperti typegace (karakter huruf), Jenis font yang berbeda-beda dalam penulisannya, dan lain sebagainya.

2.6 Teori Warna

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly, penulis atau praktikan melakukan kajian pustaka tentang teori warna yang akan mendukung dan menjadi referensi utama penulis dalam menyusun konsep desain dan pengaplikasiannya sehingga menghasilkan desain area *display* memiliki pemilihan warna yang baik bagi Sentra UKM.

2.6.1 Teori Warna

Teori warna yang dikemukakan beberapa ahli, antara lain:

1. Teori warna Prang
2. Teori warna Brewster
3. Teori warna Munsell
4. Teori warna Sir Isaac Newton

1. Teori warna Prang

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna Prang System yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 meliputi:

1. *Hue*, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.



2. *Value*, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
3. *Intensity*, seringkali disebut dengan *chroma*, adalah dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

Warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Berikut kami sajikan potensi karakter warna yang mampu memberikan kesan pada seseorang sbb :

1. *Hitam*, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambang untuk sifat gulita dan kegelapan (juga dalam hal emosi).
2. *Putih*, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya, kesucian.
3. *Abu-abu*, merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik.
4. *Merah*, bersifat menaklukkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup).
5. *Kuning*, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.
6. *Biru*, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (*dediepte*), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.
7. *Hijau*, mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru.



Lingkaran Warna Prang



Gambar 2.54 Lingkaran Warna Prang

Sumber : <http://www.classicdyeproducts.com/images/big/colorwheel.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:14 WIB)

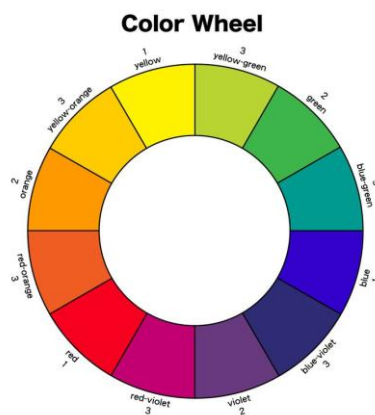
Terdapat beberapa peristilahan dalam pemberian nama pada warna, yaitu:

- A. *Warna dingin/sejuk* adalah semua warna yang mengandung gugus biru dan hijau. Contoh: biru muda, biru hijau, hijau dll. Warna biru dan hijau selalu diasosiasikan dengan air, langit dan daun yang mengesankan kesejukan dan ketenangan dan memberi kesan melangsingkan.
- B. *Warna panas/hangat* adalah semua warna yang mengandung gugus merah, orange dan kuning. Contoh: kuning, orange, pink, merah dll. Warna merah, kuning dan orange selalu diasosiasikan dengan api dan matahari yang mengesankan panas dan memberi kesan melebarkan dan menggemukan.
- C. *Warna Netral* adalah warna hitam, putih dan abu-abu. Penambahan warna netral pd suatu warna menghasilkan warna yg berbeda. Contoh warna merah ditambah sedikit warna hitam menjadi warna merah tua. Atau warna merah ditambah warna putih menjadi warna merah muda (pink). Penambahan warna hitam yg semakin banyak akan memberikan efek mengecilkan, sebaliknya semakin banyak penambahan warna putih, akan memberikan efek membesarkan.



2. Teori warna Brewster

Teori Brewster pertama kali dikemukakan pada tahun 1831. Teori ini menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna, yaitu *warna primer*, *sekunder*, *tersier*, dan *warna netral*. Kelompok warna ini sering disusun dalam lingkaran warna brewster. Lingkaran warna brewster mampu menjelaskan teori kontras warna (komplementer), split komplementer, *triad*, dan *tetrad*.



Gambar 2.55 Lingkaran Warna Brewster

Sumber : <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c5/Colorwheel.svg/2000px-Colorwheel.svg.png> (Akses : 25/08/2017, 22:15 WIB)

1. *Warna primer*: Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.
2. *Warna sekunder*: Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.
3. *Warna tersier*: Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga.
4. *Warna netral*: Warna netral merupakan hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-



warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam

Hubungan antar warna dalam teori Brewster

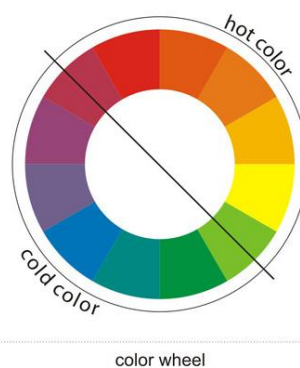
1. *Kontras komplemente*, Adalah dua warna yang saling berseberangan (memiliki sudut 180°) di lingkaran warna. Dua warna dengan posisi kontras komplementer menghasilkan hubungan kontras paling kuat. Misalnya jingga dengan biru.
2. *Kontras split komplen*, Adalah dua warna yang saling agak berseberangan (memiliki sudut mendekati 180°). Misalnya Jingga memiliki hubungan split komplen dengan hijau kebiruan.
3. *Kontras triad komplementer*, Adalah tiga warna di lingkaran warna yang membentuk segitiga sama kaki dengan sudut 60° .
4. *Kontras tetrad komplementer*, Disebut juga dengan double komplementer. Adalah empat warna yang membentuk bangun segi empat (dengan sudut 90°).

Teori Warna Munsell

3. Teori Warna Munsell

Secara garis besar, Warna merupakan elemen penting dalam semua lingkup disiplin seni rupa, bahkan secara umum warna merupakan bagian penting dari segala aspek kehidupan manusia. Hal tersebut dapat kita lihat dari semua benda yang dipakai oleh manusia, semua peralatan, pakaian, bahkan alam disekeliling kita merupakan benda yang berwarna. Karena begitu penting peranan warna bagi manusia warna sering kali dipakai sebagai elemen estetis, sebagai representasi dari alam, warna sebagai komunikasi, dan warna sebagai ekspresi.

4. Teori Isaac Newton





Gambar 2.56 Lingkaran Warna Brewster

Sumber : <https://desaininspirasi.files.wordpress.com/2010/11/well.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:18 WIB)

Sir Isaac Newton adalah orang pertama yang menyajikan warna di dalam suatu diagram lingkaran atau lingkaran warna pada tahun 1666. Selanjutnya cara ini sering digunakan sebagai langkah awal dalam mempresentasikan teori warna karena sangat efektif dalam menunjukkan hubungan antara warna yang berbeda yang berasal dari warna primer.

Gagasannya ini dimulai dengan sebuah lingkaran yang hanya mewakili tiga warna primer (merah, biru dan hijau) yang berasal dari sistem warna aditif. Kemudian diikuti dengan menggabungkan sedikit demi sedikit warna pada batasan sehingga nantinya akan didapat warna yang baru dan batasan yang baru. Selanjutnya gabungkan sedikit demi sedikit warna pada batasan warna sekunder, maka akan didapatkan warna tersier dan begitu seterusnya.

2.6.2 Psikologi Warna

1. Merah

- Positif: Bersemangat, enerjik, dinamis, komunikatif, aktif, kegembiraan, dan mewah. Itulah beberapa sifat yang tergambar dengan penggunaan warna merah. Warna merah memiliki efek untuk menstimulasi sebuah perhatian atau ketercapaian, serta merangsang kelenjar adrenal, hingga meningkatkan detak jantung. Sehingga merah biasa digunakan untuk menarik perhatian. Merah juga sering kali dimaknai cinta, kekuatan, percaya diri, dramatis, panas, perjuangan, dan berani. Khusus untuk warna merah terang, warna ini bisa menggambarkan kerasnya cita-cita atau keinginan.
- Negatif: Nafsu, agresif, kesombongan, ambisi, peperangan, kemarahan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme.

2. Oranye

- Positif: Orange merupakan simbol interaksi yang bersahabat, penuh percaya diri, keramahan, penuh harapan, dan kreativitas. Warna orange yang merupakan gabungan antara merah dan kuning ialah warna yang kuat dan hangat, membuat penggunaan warna ini memberi rasa nyaman.



Secara umum, penggunaan warna ini akan menampakkan makna berupa kenyamanan, makanan, kehangatan, keamanan, gairah, kelimpahan, dan kesenangan.

- Negatif: hiperaktif, atau menampakkan makna gaduh. Selain itu, sisi negatif yang bisa muncul dengan penggunaan warna orange adalah perampasan, frustrasi, kesembronoan, kurangnya intelektualisme, dan ketidak dewasaan.

3. Coklat

- Positif: Coklat selalu identik dengan stabilitas, dan keadaan dimana kita dapat meletakkan kepercayaan pada obyek-obyek berwarna coklat. Warna yang menjadi simbol warna Bumi atau biasa juga bersanding dengan warna hijau sebagai warna alam, memberikan kehangatan, dukungan, rasa nyaman, dan rasa aman. Selain itu kesan sederhana sering muncul pada penggunaan warna ini. Coklat sering mengesankan kondisi matang atau tua, sehingga bisa menimbulkan kesan dapat diandalkan, elegan, akrab dan kuat.
- Negatif: tidak berperasaan, kurang toleran, menguasai, berat, kaku, malas, kolot, dan pesimis.

4. Biru

- Positif: Ketenangan, kepercayaan, keyakinan, keseriusan, dan professional menjadi gambaran yang nampak dari penggunaan warna biru, hal ini membuatnya menjadi salah satu warna yang sering kali dikaitkan dengan dunia bisnis, khususnya bisnis-bisnis yang mengedepankan keseriusan dalam pekerjaannya. Penggunaan warna biru yang lebih muda akan memberikan efek kepercayaan yang lebih dominan, sedangkan warna biru gelap lebih cenderung meningkatkan kesan cerdas pada penggunaannya. Biru adalah warna langit yang mampu memberikan kesan stabil. Secara umum, biru akan diasosiasikan dengan Kecerdasan, komunikasi, kepercayaan, efisiensi, ketenangan, tugas, logika, kesejukan, protektif, refleksi, kooperatif, integritas, dan sensitif.



- dingin, keras kepala, bangga diri, acuh tak acuh, tak ramah, kurang emosi. Meski demikian, biru adalah warna yang paling banyak disukai di dunia.

5. Ungu

- Positif: magis, terasa memancarkan aura spiritualitas, misterius, menarik perhatian, memancarkan kekuatan, meningkatkan daya imajinasi, sensitivitas dan obsesif. Arti yang dapat dimunculkan dari penggunaan warna ini adalah ambisius, martabat, kebenaran, kualitas, independen, kebijaksanaan, kesadaran, visioner, orisinalitas, kekayaan, dan kemewahan.
- Negatif: kesan kurang teliti dan kesendirian.

6. Kuning

- Positif: eria, melukiskan kegembiraan, suasana penuh suka cita, berenergi, dan antusiasme. Secara alami kuning mampu memberikan efek psikologi berupa kegembiraan, kegembiraan yang ditimbulkan warna ini sendiri adalah yang paling besar jika dibandingkan dengan warna lainnya. Warna ini juga mampu menarik perhatian, meskipun tidak sebesar warna merah. Childish atau kekanak-kanakan adalah pelambangan berikutnya yang sesuai dengan warna ini. Warna ini mampu memancarkan kehangatan, memberi inspirasi, mendorong pengekspresian diri, dan kemampuan intelektual.
- kuning akan memberikan penilaian berupa sikap yang berubah-ubah, dan kurang dapat dipercaya. Makna-makna negatif lain yang bisa timbul dari warna ini adalah antara lain: Irasionalitas, ketakutan, kerapuhan, emosional, depresi, kecemasan, bunuh diri.

7. Abu-abu

- Positif: menggambarkan keseriusan, kemandirian, dan keluasan. Warna abu-abu yang merupakan salah satu warna alam ini cenderung memiliki pemaknaan abstrak, atau tidak menyatakan tujuan dengan jelas. Namun, penggunaan warna ini akan memberikan keyakinan bahwa pengguna warna dapat diandalkan dan memiliki sifat stabil. Secara umum, abu-abu bermakna netral, tidak memihak.



- Negatif: kurang percaya diri, kelembaban, depresi, hibernasi, dan kekurangan energi.

8. Hijau

- Positif: satu warna alam, sehingga membuatnya selalu nampak bersahabat dengan alam. Memancarkan kesegaran, ketenangan, dan kesejukan. Warna ini mampu menurunkan stress, dan melambangkan penyembuhan atau kesehatan. Di sisi lain warna ini juga mendorong perasaan empati. Secara umum warna ini bisa diartikan sebagai keberuntungan, kehidupan, fertilitas, uang, harmoni, keseimbangan, cinta universal, istirahat, pemulihan, jaminan, kesadaran, lingkungan, keamanan, kedamaian, keinginan, ketabahan dan kekerasan hati.
- Negatif: menimbulkan rasa terperangkap/tersesat, kebosanan, stagnasi, superior, ambisi, keserakahan, dan kelemahan.

9. Merah Muda

- Positif: warna yang feminin, dalam kondisi normal warna ini hampir selalu berkaitan dengan sesuatu yang bersifat kewanitaan. Warna ini menampilkan sifat kelembutan, dan mampu menenangkan. Secara umum, merah muda bisa berarti cinta atau kasih sayang, romantisme, ketenangan fisik, memelihara, kehangatan, kewanitaan, simbol kelangsungan hidup manusia.
- Negatif: kurang bersemangat dan menyebabkan melemahnya energi.

10. Hitam

- Positif: warna yang merepresentasikan kekuatan, percaya diri, glamor, keamanan, emosional, efisiensi, substansi, maskulin, keabadian, sifat dramatis, melindungi, kemisteriusan, klasik, dan kecanggihan. Meskipun sering nampak suram dan menakutkan, namun hitam dengan penggunaan yang tepat akan mampu menimbulkan kesan elegan.
- Negatif: alam intensitas besar warna ini mampu menimbulkan perasaan tertekan. Di sisi lain, hitam juga melambangkan berhentinya kehidupan,



yang bisa memberikan pemaknaan kondisi hampa, kegelapan, kebinasaan, kerusakan, duka, kemurungan, atau kepunahan.

11. Putih

- Positif: akan memberikan pengertian tentang keaslian, kemurnian, kesucian, tentang kesan ringan, kepolosan, dan kebersihan. Dalam makna negatifnya, kita bisa merasakan perasaan dingin, steril, atau terisolasi dengan penggunaan warna putih.
- Negatif: Hampa, kematian, menyerah, penakut, tak berimajinasi

2.6.3 Warna pada *retail*

Dikutip dari Kusumowidagd (2015) Tiga eksperimen laboratorium telah menguji pengaruh warna pada pembelian *retail*. Warna nampak mempengaruhi pembelian yang disimulasi, tingkat pembelian, waktu yang dihabiskan di toko, dan perasaan senang (Bellizzi dan Hite, 1992, Crowley, 1993), stimulasi atau arousal (Crowley, 1993), toko dan image barang (Bellizzi, Crowley, dan Hasty, 1983; Crowley, 1993), dan kemampuan untuk menarik konsumen terhadap sebuah *display retail* (Bellizzi, Crowley, dan Hasty, 1983). Kesimpulan dari eksperimen tersebut yaitu:

TYPE OF MERCHANDISE	WARNA	PERTIMBANGAN
Pakaian Pria	Biasanya dengan warna-warna hangat, ataupun tradisional seperti coklat hijau "billiard" dan warna kayu serta warna gelap	Untuk dewasa biasanya lebih disukai warna yang klasik. Warna cerah biasanya untuk lebih menarik untuk pengunjung pria muda
Pakaian wanita	Warna netral menuju warna panas	Biasanya untuk toko pakaian wanita cenderung terang dan diupayakan untuk menonjolkan karakter produk yang cukup beragam dan berwarna
Mainan anak-anak	Warna warna bright, primary	Untuk menimbulkan kesan bright, lively dan creative.
Sepatu	Warna-warna light untuk dinding dan tembok	Lebih baik warna yang beragam dipergunakan untuk display dan tetap menonjolkan merchandise
Department store merchandise	Keseluruhan seragam	Menonjolkan kesatuan secara keseluruhan
Discount Store merchandise	Warna terang, cenderung bertabrakan, dan menggunakan warna primer	Menunjukkan kesan trendy, dan menaikkan mood

Gambar 2.57 Warna pada detail



Sumber : <https://desaininspirasi.files.wordpress.com/2010/11/well.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:18 WIB)

Dari hasil eksperimen tersebut terdapat jenis *retail* dan jenis barang yang dijual serta pemilihan warna serta pertimbangan dalam pemilihan warna tersebut, dan teori warna secara keseluruhan yang sudah dibahas sebelumnya baik jenis dan psikologinya juga akan menjadi referensi utama penulis atau praktikan dalam desain Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.

2.7 Kajian Langgam Desain

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly, penulis melakukan kajian pustaka tentang langgam desain yang akan menjadi gagasan atau ide awal dalam desain interior yang akan diterapkan, mengingat ojek desain masih belum memiliki konsep desain dan jenis langgam tertentu yang sudah diterapkan. Penulis atau praktikan memilih langgam desain modern sebagai langgam desain yang akan menjadi referensi dan gagasan awal dalam desain interior yang akan diterapkan .

2.7.1 Langgam Arsitektur Modern

2.7.1.1 Perkembangan Arsitektur Modern

Sepanjang sejarah manusia, arsitektur hanya mengalami satu kali perubahan yang mendasar, yaitu di saat hadirnya arsitektur modern. Sampai dengan masa neo-klasik abad ke-19, arsitektur dianggap sebagai pengetahuan kesenian, yaitu seni bangunan. Artinyaa Arsitektur dianggap sebagai suatu ‘olah rasa’ yang dibuat berdasarkan perasaan sebagai sumber idenya dan tidak ada rumusnya.

Di pertengahan abad ke-18, tahun 1750-an di Perancis, muncul orang-orang yang berambisi untuk menghasilkan arsitektur dengan menggunakan akal dan idenya sebagai sumber idenya, bukan seni dengan perasaan. Beberapa nama tersebut adalah Boulle, Blondel, dan Quatremere de Quincy. Bagi mereka ini, arsitektur adalah olah pikir, bukanolah seni. Bagi dunia arsitektur, apa yang dilakukan oleh orang-orang Perancis ini adalah sebuah reformasi, perubahan. Tak ayal lagi, sejarah menobatkan orang-orang ini sebagai the first Modern.



Gambar 2.58 Villa Savoye by Le Corbusier (1927)

Sumber : https://static.dezeen.com/uploads/2016/07/villa-savoye-le-corbusier-poissy-france-unesco-world-heritage_dezeen_936_2.jpg (Akses : 25/08/2017, 22:19 WIB)

Dengan demikian, dapat saja dikatakan bahwa arsitektur modern ini sudah hadir pada abad ke-18 bukan abad ke-20. Arsitektur modern ini diketahui mulai berkembang berawal dari tahun 1920 hingga 1960. Pada bulan September 1930 telah diadakan suatu kongres oleh CIAM yang menghasilkan metode berpikir secara rasional untuk membangun kembali bangunan-bangunan yang hancur akibat perang dunia II. Dalam hal ini mereka menerapkan kecepatan dalam membangun (fabrikasi komponen bangunan), efisien, ekonomis, dan rasional. Penekanannya pada rasionalitas. Bangunan yang demikian ini dianggap mencerminkan fungsinya dan gejala ini melintasi batas negara dan budaya, sehingga dapat dianggap bersifat Internasional. Tetapi, yang dimaksud arsitektur modern bukan karya arsitektur, bukan bangunan atau gedung tapi adalah ide, gagasan, pikiran atau pengetahuan dasar tentang arsitektur, permainan ruang dan bukan bentuk. Oleh sebab itu seringkali dikatakan bahwa pikiran-pikiran dasar/pokok mengenai arsitektur modern telah dimunculkan di abad ke-18.

Arsitektur modern tidak bermula dengan revolusi yang tiba-tiba tiba membuang yang pra modern dan menggantinya dengan geometris sebagai satu-satunya rupa arsitektur, tetapi secara setahap demi setahap menghapuskan ornamen-ornamen dan dekorasi yang digantikan oleh geometri. Ornamen-ornamen dalam bangunan dianggap suatu kejahatan dan klasisme yang pernah dipakai oleh kaum fasis dan nazi menjadi simbol yang negatif dan perlu diolah.



Selain itu, perkembangan bahan bangunan juga mempengaruhi era dalam arsitektur modern ini. Misalnya kaca yang dapat digunakan untuk mengekspresikan *space* atau ruang. Karena ciri-cirinya yang 'ada tapi tak terlihat'. Selain itu untuk mewujudkan kecepatan dalam membangun maka dilakukan dengan produksi massal bahan bangunan sehingga mengakibatkan arsitektur modern dapat menembus batas budaya dan geografis, dan arsitektur menjadi suatu gaya internasional serta bangunan-bangunan di dunia menjadi seragam.



Gambar 2.59 Hôtel Martel rue Mallet-Stevens, by Robert Mallet-Stevens (1926-1927)

Sumber : <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/c5/2e/ff/c52eff9d920e5a7332dda25db542d6da.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:26 WIB)

Arsitektur modern merupakan Internasional Style yang menganut Form Follows Function (bentuk mengikuti fungsi). Bentukkan platonic solid yang serba kotak, tak berdekorasi, perulangan yang monoton, merupakan ciri arsitektur modern.

2.7.1.2 Ciri Arsitektur Modern

Ciri-ciri dari arsitektur modern adalah:

1. Satu gaya Internasional atau tanpa gaya (seragam)

Merupakan suatu arsitektur yang dapat menembus budaya dan geografis.

2. Berupa khayalan, idealis
3. Bentuk tertentu, fungsional.



Bentuk mengikuti fungsi, sehingga bentuk menjadi monoton karena tidak diolah.

4. Less is more

Semakin sederhana merupakan suatu nilai tambah terhadap arsitektur tersebut.

5. Ornamen adalah suatu kejahatan sehingga perlu ditolak

Penambahan ornamen dianggap suatu hal yang tidak efisien. Karena dianggap tidak memiliki fungsi, hal ini disebabkan karena dibutuhkan kecepatan dalam membangun setelah berakhirnya perang dunia II.

6. Singular (tunggal)

Arsitektur modern tidak memiliki suatu ciri individu dari arsitek, sehingga tidak dapat dibedakan antara arsitek yang satu dengan yang lainnya (seragam).

7. Nihilism

Penekanan perancangan pada *space*, maka desain menjadi polos, simple, bidang-bidang kaca lebar. Tidak ada apa-apanya kecuali geometri dan bahan.

Ciri-ciri umum Arsitektur post modern adalah untuk lebih memperjelas pengertian arsitektur post modern, Charles Jencks memberikan daftar ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ideological

Suatu konsep bersistem yang menjadi asas pendapat untuk memberikan arah dan tujuan. Jadi dalam pembahasan Arsitektur post modern, ideological adalah konsep yang memberikan arah agar pemahaman arsitektur post modern bisa lebih terarah dan sistematis, terdiri dari:

- Double coding of Style

Bangunan post modern adalah suatu paduan dari dua gaya atau style, yaitu : Arsitektur modern dengan arsitektur lainnya.

- Popular and pluralist

Ide atau gagasan yang umum serta tidak terikat terhadap kaidah tertentu, tetapi memiliki fleksibilitas yang beragam. Hal ini lebih baik dari pada gagasan tunggal.

- Semiotic form



Penampilan bangunan mudah dipahami, Karena bentuk-bentuk yang terciptamenyiratkan makna atau tujuan atau maksud.

- Tradition and choice

Merupakan hal-hal tradisi dan penerapannya secara terpilih atau disesuaikan dengan maksud atau tujuan perancang.

- Artist or client

Mengandung dua hal pokok yaitu Bersifat seni (intern), Bersifat umum (extern) Yang menjadi tuntutan perancangan sehingga mudah dipahami secara umum.

- Elitist and participative

Lebih menonjolkan suatu kebersamaan serta mengurangi sikap borjuis seperti dalam arsitektur modern.

- Piecemeal

Penerapan unsur-unsur dasar, secara sub-sub saja atau tidak menyeluruh. Unsur-unsur dasar seperti: sejarah, arsitektur vernakular, lokasi, dan lain-lain.

- Architect, as representative and activist

Arsitek berlaku sebagai wakil penerjemah, perancangan dan secara aktif berperanserta dalam perancangan.

2. Stylistic (ragam)

Gaya adalah suatu ragam (cara, rupa, bentuk, dan sebagainya) yang khusus. Pengertian gaya-gaya dalam arsitektur post modern adalah suatu pemahaman bentuk, cara, rupa dan sebagainya yang khusus mengenai arsitektur post modern yaitu:

- Hybrid Expression

Penampilan hasil gabungan unsur-unsur modern dengan:

1. Vernacular
2. Local
3. Metaphorical



4. Revivalist

5. Commercial

6. contextual

- Complexity

Hasil pengembangan ideology-ideology dan ciri-ciri post modern yang mempengaruhi perancangan dasar sehingga menampilkan perancangan yang bersifat kompleks. Pengamat diajak menikmati, mengamati, dan mendalami secara lebih seksama.

- Variable *Space* with surprise

Perubahan ruang-ruang yang tercipta akibat kejutan, misalnya: warna, detail elemen arsitektur, suasana interior dan lain-lain.

- Conventional and Abstract Form

Kebanyakan menampilkan bentuk-bentuk konvensional dan bentuk-bentuk yang rumit (populer), sehingga mudah ditangkap artinya.

- Eclectic

Campuran langgam-langgam yang saling berintegrasi secara kontinu untuk menciptakan unity.

- Semiotic

Arti yang hendak ditampilkan secara fungsi.

- Variable Mixed Aesthetic Depending On Context

Expression on content and semantic appropriateness toward function. Gabungan unsur estetis dan fungsi yang tidak mengacaukan fungsi.

- Pro Or Organic Applied Ornament

Mencerminkan kedinamisan sesuatu yang hidup dan kaya ornamen.

- Pro Or Representation

Menampilkan ciri-ciri yang gamblang sehingga dapat memperjelas arti dan fungsi.

- Pro-metaphor



Hasil pengisian bentuk-bentuk tertentu yang diterapkan pada desain bangunan sehingga orang lebih menangkap arti dan fungsi bangunan.

- Pro-Historical reference

Menampilkan nilai-nilai histori pada setiap rancangan yang menegaskan ciri-ciri bangunan.

- Pro-Humor

Mengandung nilai humoris, sehingga pengamat diajak untuk lebih menikmatinya.

- Pro-symbolic

Menyiratkan simbol-simbol yang mempermudah arti dan yang dikehendaki perancang.

3. Design Ideas (Ide-Ide Desain)

Ide-ide desain adalah suatu gagasan perancangan. Pengertian ide-ide desain dalam Arsitektur Post Modern yaitu suatu gagasan perancangan yang mendasari Arsitektur Post Modern.

- Contextual Urbanism and Rehabilitation

Kebutuhan akan suatu fasilitas yang berkaitan dengan suatu lingkungan urban.

- Functional Mixing

Gabungan beberapa fungsi yang menjadi tuntutan dalam perancangan.

- Mannerist and Baroque

Kecenderungan untuk menonjolkan diri.

- All Phetorical Means

Bentuk rancangan yang berarti.

- Skew *Space* and Extensions

Pengembangan rancangan yang asimetris-dinamis.

- Street Building

- Ambiquity



Menampilkan ciri-ciri yang mendua atau berbeda tetapi masih unity dalam fungsi.

- Trends to Asymmetrical Symetry

Menampilkan bentuk-bentuk yang berkesan keasimetrisan yang seimbang.

- Collage/Collision

Gabungan atau paduan elemen-elemen yang berlainan

2.7.2 Langgam Desain Kontemporer

Menurut Parsika (2014) Gaya atau style dalam Arsitektur maupun Interior merujuk pada bagaimana metode sebuah bangunan itu dibangun, karakteristik sebuah bangunan yang membuat bangunan tersebut patut diperhatikan, termasuk didalamnya elemen seperti bentuk, material, karakter suatu daerah, dan metode konstruksi.

Manusia berkembang seiring berjalannya waktu dan gaya pun demikian, berubah seiringnya waktu. Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi yang sangat pesat dari waktu ke waktu memicu perubahan gaya semakin cepat. Teknologi memungkinkan munculnya ide-ide baru dan menemukan gaya-gaya baru dalam Arsitektur khususnya Interior.

Lalu adakah gaya yang selalu mengikuti perubahan jaman atau perubahan waktu? Ya, mungkin salah satunya adalah gaya kontemporer. Dalam Arsitektur maupun Interior Gaya kontemporer didefinisikan secara luas sebagai gaya bangunan kekininan, atau hari ini. Gaya kontemporer selalu berubah, hidup dan bernapas.

2.7.2.1 Sejarah Desain Kontemporer

Gaya ini mulai berkembang sekitar awal 1920-an yang dimotori oleh sekumpulan arsitek Bauhaus School of Design, Jerman yang merupakan respon terhadap kemajuan teknologi dan perubahan sosial masyarakat akibat perang dunia. Gaya kontemporer untuk sebuah seni bangunan berkembang pesat pada tahun 1940-1980an. Kata kontemporer sendiri bias diartikan sebagai sesuatu yang serba *uptodate*, ditandai dengan perubahan desain yang selalu berusaha



menyesuaikan dengan waktu dan eranya. Perubahan desain itu diringi oleh perubahan bentuk, tampilan, jenis material, proses pengolahan, dan teknologi yang di pakai.

Arsitektur kontemporer menyajikan konsep dan gaya kekininan. Biasanya desain arsitektur lebih kompleks, inovatif, variatif dan fleksibel. Beberapa Arsitek yang terkenal yang termasuk dalam gaya ini adalah Frank Gehry, dengan karyanya Museum Guggenheim di Bilbao, Jean Nouvel dengan karyanya Museum Quai Branly di Paris dan masih banyak lagi. Di Indonesia arsitektur kontemporer lebih banyak di pengaruhi oleh arsitek seperti Mies Van de Rohe, Le Corbusier dan Charles Eames, pengaruh ini terjadi karena sebagian besar karya mereka ini masuk dalam konteks negara tropis, dan cocok dengan iklim di Indonesia kekinian Menurut (Parsika, 2014).

2.7.2.2 Karakteristik Desain Kontemporer

Ciri-ciri yang mendasar pada gaya kontemporer terlihat pada konsep ruang yang terkesan terbuka atau *open plan*, harmonisasi ruangan yang menyatu dengan ruang luar, memiliki fasad yang terbuka. Arsitektur ini dikenali lewat karakter desain yang praktis dan fungsional dengan pengolahan bentuk geometris yang simple dan warna-warna netral dengan tampilan yang bersih. Penggunaan jendela besar, serta kombinasi bentuk yang unik dan aneh. Banyak menggunakan material alam. Detail detail bergaris lurus. Kenyamanan dan awat tahan lama merupakan nilai penting dalam bangunan kontemporer. Selain itu, dalam hal interior desain kontemporer banyak berpadu dengan tata cahaya untuk menghasilkan kesan ruang yang selalu segar, sebisa mungkin selalu selaras dengan perkembangan desain kekinian (Parsika, 2014).

2.7.2.3 Penerapan Desain Kontemporer

Desain interior bergaya kontemporer sudah menjadi gaya favorit banyak orang untuk huniannya. Desainnya yang elegan, sederhana, dan tampilannya yang *uptodate* berhasil memikat banyak orang untuk diaplikasikan pada hunian



mereka. Berikut adalah pengaplikasian untuk mendapatkan desain interior bergaya kontemporer yang dikutip dari beberapa referensi (Parsika, 2014):

1. Membawa masuk cahaya alami dalam ruangan

Ketika periode desain modern muncul di tahun 1920-1960an, rumah huni biasanya tampil gelap dengan ruangan kecil dan jendela kecil. Sekarang dengan desain interior modern kontemporer, ruangan dibuat terbuka dan terang dengan memasukkan cahaya alami dalam ruangan. Pilih material lantai warna putih agar cahaya bisa dipantulkan ke seluruh penjuru ruangan dalam rumah. Gunakan juga material kaca sebagai ganti dinding, jendela besar transparan, dan *skylight* untuk membawa masuk cahaya alami sebanyak-banyaknya dalam ruangan (Parsika, 2014).



Gambar 2.60 Bukaan pencahayaan

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/1.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:43 WIB)

2. Menggunakan warna netral dan detail warna cerah

Palet warna gaya desain interior kontemporer memang didominasi dengan palet warna netral seperti abu-abu, coklat, hitam, dan putih. Penggunaan warna-warna ini untuk elemen interior seperti dinding, lantai, plafond, dan sisakan tempat untuk percikan warna ceria pada aksesoris dan perabotan ruangan.



Imajinasi Arsitek diperlukan untuk lebih kreatif mengolah pola dan tekstur untuk memberikan keindahan yang mencolok pada ruangan.



Gambar 2.61 Warna desain kontemporer

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/2.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:43 WIB)

3. Penggunaan material alami pada interior

Material alami membawa rasa baru yang menyegarkan pada hunian bergaya kontemporer. Bahan organik seperti kayu, batu alam, *slate*, jati, *cotton*, *wool*, dan lainnya bisa tampil mengesankan pada desain interior rumah huni kontemporer.



Gambar 2.62 Sentuhan material alami

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/3.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:45 WIB)

4. Rasa ringan dengan pemilihan perabot untuk memberikan nuansa relax

Perabotan yang didesain untuk gaya desain kontemporer memiliki ciri khas yang menarik. Gaya desain perabotannya memberikan kesan yang ringan dan sederhana pada tampilan akhir ruangan. Hal ini bisa didapatkan dengan



penggunaan garis halus yang lurus sampai penggunaan warna putih supaya perabotan terkesan ringan dan bersih. Material lain yang digunakan adalah material kaca yang trasparan dan reflektif untuk memberikan kesan yang lebih modern.



Gambar 2.63 Pemilihan *furniture* desain kontemporer

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/4.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:50 WIB)

5. Lantai polos dengan *finishing* cantik

Era kontemporer telah membuka kesempatan bagi material yang digunakan untuk desain interior tampil *stand out* apa adanya. Kesan yang terasa dalam desain interior kontemporer adalah garis minimal dan suasana “kurang barang”. Lantai dengan material seperti kayu, keramik, ubin porselen, dan marmer berhasil masuk dalam kategori kontemporer. Berikan *finishing* yang cantik seperti karpet untuk tambahan kesan mewah sekaligus untuk memcah ruangan visual. Trik ini paling ideal digunakan untuk memisahkan antara ruang makan dan ruang keluarga yang biasanya tampil bersebelahan.





Gambar 2.64 Pemilihan *furniture* dan lantai

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/5.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:52 WIB)

6. Menggunakan konsep *open plan*

Rumah huni bergaya kontemporer tampil dengan ciri seakan menyatukan semua ruangan dalam hunian. Batas kabur antara ruangan yang satu dengan yang lainnya adalah konsep *open plan* sempurna untuk gaya kontemporer. Sebuah denah terbuka sangat ideal dan ikonik untuk rumah bergaya kontemporer.



Gambar 2.65 *Open plan*

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/6.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:54 WIB)

7. Dominasi Elemen Garis

Selain berfokus pada material dan warna, interior yang bergaya kontemporer juga dapat dikenali dengan adanya elemen garis lurus. Salah satu ciri desain kontemporer adalah penggunaan permainan garis lurus yang berulang baik dalam posisi vertikal maupun horizontal. Elemen garis ini dapat diperoleh dari *furniture*, bukaan, warna atau sengaja ditambahkan elemen garis pada ruangan.



Gambar 2.66 Elemen garis



Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/7.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:54 WIB)

8. Detail kontemporer pada ruangan

Detail tampil sangat penting untuk menunjukkan desain kontemporer pada hunian. Yang membedakan gaya desain interior minimalis dan kontemporer adalah unsur halus yang tampak sedikit berbeda. Contohnya seperti penggunaan pegangan tangga pada desain interior minimalis biasanya menggunakan bahan kayu batangan panjang. Sedangkan pada gaya desain kontemporer, pilihan material lebih beragam dengan memasukkan unsur industrial seperti kabel, baja, kaca, atau bahan industri lainnya.



Gambar 2.67 Elemen kontemporer

Sumber : <https://streamline3d.files.wordpress.com/2014/10/8.jpg> (Akses : 25/08/2017, 22:54 WIB)

9. Teknologi tersembunyi dalam hunian

Dengan semakin berkembangnya teknologi yang ada sekarang, tidak ada salahnya menambahkan teknologi dalam ruangan. Remote yang bisa mengendalikan semua peralatan elektronik, pendingin otomatis, pencahayaan yang bisa disesuaikan dengan mood, sistem keamanan, atau yang lainnya.

2.8 Profil Gerakan Melukis Harapan

2.8.1 Sejarah Gerakan Melukis Harapan





Gambar 2.68 Logo Gerakan Melukis Harapan
Sumber : Dokumen gerakan melukis harapan

Gerakan ini diawali oleh sekumpulan pemuda yang mendukung kebijakan Pemerintah Kota Surabaya untuk menutup Lokalisasi Jarak-Dolly tanggal 18 Juni 2014. Banyak pihak menyadari bahwa permasalahan lokalisasi Jarak-Dolly tidak selesai hanya dengan menutupnya. Menutup lokalisasi terbesar se-Asia Tenggara itu tidak mudah. Sebab, bukan hanya PSK (Pekerja Seks Komersial), berbagai elemen masyarakat seperti pekerja salon, pemilik warung, dan tukang parkir juga mencari nafkah di sana. Justru bisa memunculkan permasalahan baru yang lebih kompleks jika tidak ditangani dengan serius.

Tugas berat ini tidak akan selesai jika hanya diurus oleh pemerintah. Dibutuhkan partisipasi aktif masyarakatnya untuk berkolaborasi membentuk wajah baru Jarak-Dolly. Anak-anak muda yang memiliki kepedulian terhadap potensi masalah tersebut kemudian terpanggil untuk menjadi bagian dari perbaikan masyarakat eks lokalisasi Jarak Dolly dengan membentuk gerakan yang dinamakan Gerakan Melukis Harapan (GMH).

Tanggal 10 September 2014 Gerakan Melukis Harapan (GMH) diakui secara legal dalam bentuk yayasan. GMH terdiri atas anak-anak muda asli Surabaya ataupun pendatang yang berdomisili di Surabaya. Profesinya mulai dari mahasiswa, pengusaha, guru, perawat, PNS, bidan, pegawai swasta dan lainnya.

Ketua GMH adalah alumni ITS bernama Dalu Nuzlul Kirom. Pembina yayasan GMH adalah seorang Guru Besar di ITS yang juga sebagai Dewan Pendidikan Jawa Timur, yakni Prof. Daniel M. Rasyid dan Dr. Arief Besuki, S.anes ., ketua BSMI Jatim-Bali.

Visi GMH adalah *“Mewujudkan Masyarakat yang memancarkan harapan, berperadaban mulia dan menginspirasi”*

GMH ingin turut serta mewujudkan gerakan Revolusi Mental dalam tataran grass root, yang digadang-gadang oleh Presiden Jokowi dan Kabinet Kerja nya. Perwujudannya dimulai dari merevolusi mental dan membentuk peradaban di eks lokalisasi Jarak Dolly. Selanjutnya GMH ingin berkontribusi untuk Indonesia dengan membentuk masyarakat harapan di daerah-daerah “bermasalah”, mungkin

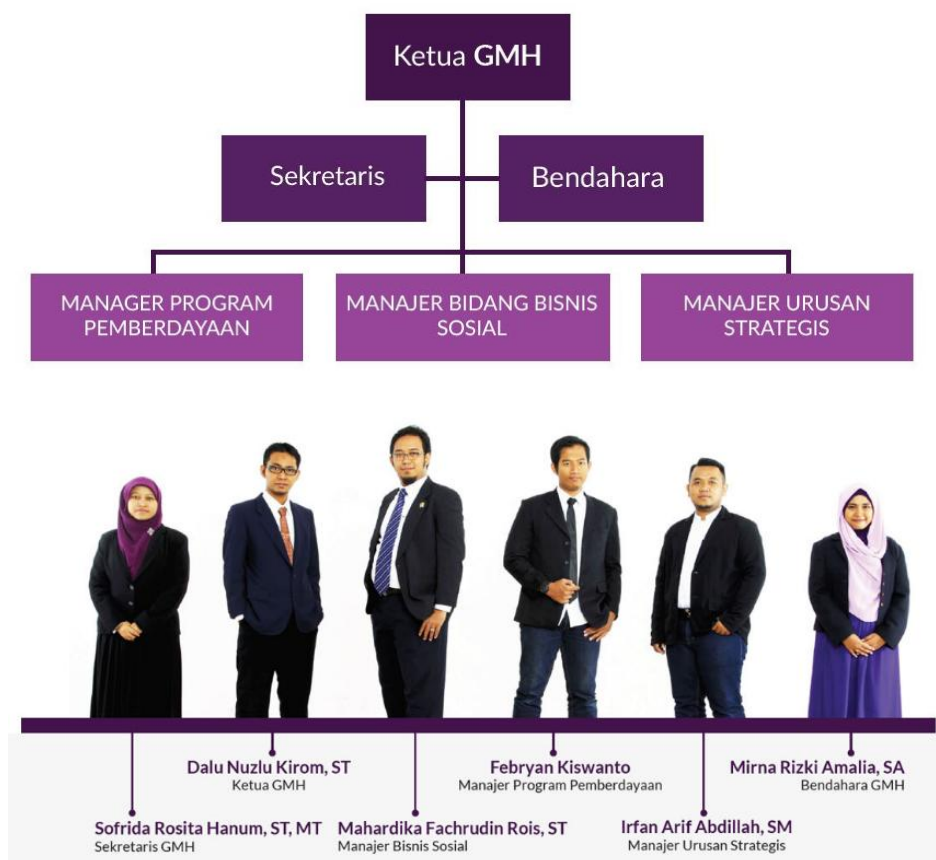


sebagiannya adalah bekas lokalisasi. Jadi gerakan di eks lokalisasi Jarak Dolly hanyalah awal dari mimpi kami mewujudkan Indonesia yang berperadaban mulia dan diridhoi Allah SWT.

2.8.2 Profil Gerakan Melukis Harapan

Organisasi	: Gerakan Melukis Harapan
Kota/ Propinsi	: Surabaya/Jawa Timur
Kontak Personal untuk Proposal	: 081232632030 (Dalu Nuzlul Kirom)
Alamat Lembaga	: Klampis Sacharosa No 51 Surabaya
Kontak Lembaga	: 031 – 5944486
Fax	: -
Email	: melukisharapan@gmail.com
Website	: www.melukisharapan.org

2.8.3 Struktur Organisasi



Gambar 2.69 Struktur GMH

Sumber : <http://melukisharapan.org/struktur/> (Akses : 25/08/2017, 16:50 WIB)

2.8.4 Bidang Gerakan Melukis Harapan

1. Pendidikan

Kondisi di kawasan eks lokasi Dolly dan sekitarnya selama ini memberikan dampak yang negatif untuk perkembangan anak-anak baik secara spiritual, psikologi maupun secara fisik. Setiap hari anak-anak hanya melihat pekerjaan sebagai PSK maupun mucikari. Anak-anak di kawasan ini membutuhkan sebuah oase berupa program pembinaan dan pendampingan yang berkelanjutan baik dalam segi spiritual, akademik, maupun psikologi.

Bidang pendidikan GMH memiliki concern dalam melakukan pembinaan dan pendampingan dengan memberikan advokasi pendidikan kepada anak-anak, memfasilitasi penyaluran bakat anak-anak, dan memberikan stimulus dasar bagi anak-anak untuk berkembang menjadi pribadi yang berakhlak mulia dan memiliki cita-cita yang tinggi, serta membentuk keluarga yang memahami dan menerapkan parenting dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 2.70 Aktivitas mengajar di Jarak-Dolly
Sumber : Dokumentasi Gerakan Melukis Harapan

2. Ekonomi



Gambar 2.71 Aktivitas pelatihan oleh GMH
Sumber : Dokumentasi Gerakan Melukis Harapan

Sektor ekonomi jelas menjadi salah satu bagian yang paling “seksi” jika berbicara seputar dinamika lokalisasi Dolly dan sekitarnya. Kenap tidak? Alasan ekonomi ini selalu dikait – kaitkan dengan logika kebutuhan manusiawi siapa saja. Sesuai dugaan, pasca penutupan Dolly ekonomi warga terdampak berubah drastis. Simpul – simpul perekonomian (usaha) warga yang dahulu “apa saja bisa dijual” karena begitu ramainya aktifitas di sana, kini mereka harus 10 kali lipat bekerja lebih keras dengan penghasilan yang relative kecil jika dibandingkan dengan sebelum penutupan. Alhasil mayoritas dari warga terdampak yang secara psikologis terguncang ini kini hanya pasrah.

Target dari bidang ekonomi:

- Realisasi Usaha/Bisnis Mandiri Warga Terdampak (mewujudkan sentra “keramaian” baru di daerah setempat dan juga menghasilkan beberapa produk oleh-oleh khas)
- Menyalurkan SDM warga terdampak kepada instansi/penyedia lapangan kerja (pelatihan, advokasi dan kerjasama).

3. Bidang Kesehatan-Lingkungan

Masyarakat merupakan salah satu unsur utama dalam pembangunan kesejahteraan suatu Negara. Salah satu kebutuhan primer yang sangat erat kaitannya dengan kesejahteraan masyarakat adalah kesehatan. Kesehatan merupakan kebutuhan mendasar yang wajib dipenuhi oleh setiap orang. Sama halnya dengan Kota Surabaya, khususnya di kawasan bekas lokalisasi Dolly.



Penutupan lokalisasi Dolly bukanlah akhir dari upaya untuk menyelesaikan masalah di daerah tersebut. Hal ini dikarenakan pasca penutupan lokalisasi itu masih meninggalkan banyak permasalahan bagi warga terdampak. Permasalahan tersebut menuntut adanya keseriusan dan dukungan dari semua pihak dalam upaya penyelesaian jangka panjang, khususnya masalah dibidang kesehatan masyarakat. Mulai dari masalah Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), kesehatan lingkungan, kesehatan Ibu dan anak hingga meminimalisir adanya penyebaran

Infeksi Menular Seksual (IMS) seperti HIV/AIDS. Oleh karena itu, kami mengajak para calon pelukis harapan, khususnya di bidang Kesehatan dan Lingkungan untuk turun tangan dalam membantu menyelesaikan permasalahan tersebut.

Bidang Kesehatan dan Lingkungan-Gerakan Melukis Harapan mempunyai program kerja di bidang preventif-promotif, kuratif dan rehabilitatif. Dalam satu tahun mendatang kami akan memfokuskan diri pada Pembangunan Kampung Sehat dengan program kerja Penanaman TOGA-BATRA, Pembangunan Bank Sampah, Sosialisasi PHBS serta Pembangunan Sanitasi dan Lingkungan yang berbasis Kesehatan. Program kerja tersebut bertujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan warga terdampak di daerah bekas Lokalisasi Dolly.

4. Bidang Wanita Harapan

Sebelum ditutupnya lokalisasi Dolly-Jarak, Wanita Tuna Susila menggantungkan pekerjaannya sebagai penyedia jasa “Cinta Satu Malam”. Pasca ditutupnya lokalisasi Dolly-Jarak, wanita harapan kehilangan mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi dirinya dan keluarganya. Selain tantangan ekonomi bagi wanita harapan dan keluarganya, terdapat beberapa tantangan lain yang terjadi pasca penutupan lokalisasi Dolly-Jarak, antara lain kesehatan. Kerentanan penyebaran penyakit akibat aktivitas pelampiasan syahwat yang kurang aman dan sehat, dikhawatirkan menyebar dengan bermigrasinya para wanita harapan ke luar lokalisasi Dolly-Jarak.



Bidang wanita harapan memiliki tujuan untuk wanita harapan di kawasan ex lokalisasi Dolly-Jarak antara lain:

- Mendata mantan Wanita Harapan atau Wanita Harapan aktif di eks lokalisasi Dolly-Jarak
- Memberikan pendampingan secara intensif kepada wanita harapan untuk bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, serta iman dan taqwa.
- Mendirikan minimal satu usaha yang melibatkan wanita harapan
- Membantu meringankan beban ekonomi keluarga wanita harapan dengan beasiswa pendidikan dan santunan yang tepat guna.

5. Bidang Humas

Pasca Penutupan Lokalisasi Dolly, Masyarakat Membutuhkan Pengawal Dimana Membantu Dalam Pembimbingan Kehidupan Masyarakat Dolly. Lain Halnya Dengan Bidang-Bidang Di Gerakan Melukis Harapan Seperti Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi Dan Wanita Harapan, Humas Merupakan Divisi Dimana Bertanggung Jawab Untuk Memberikan Informasi, Mendidik, Meyakinkan, Meraih Simpati Dan Membangkitkan Keterkaitan Masyarakat Akan Kehidupan Pasca Penutupan Lokalisasi Sehingga Masyarakat Mengerti Dan Menerima Informasi Tersebut. Dalam Hal Ini, Humas Di Gerakan Melukis Harapan Akan Menjadi Poros Publikasi Dari Seluruh Kegiatan Gerakan Melukis Harapan Baik Itu Dalam Dunia Nyata Ataupun Media Sosial.

Humas Juga Bertanggung Jawab Sebagai Alat Pencitraan Dari Gerakan Melukis Harapan Sehingga Masyarakat Dapat Memberikan Penilaian Postitif Terhadap Gerakan Melukis Harapan Dan Mendukung Adanya Gerakan Melukis Harapan. Dalam Hal Ini Humas Akan Menjaring Relasi Seluas-Luasnya Kepada Beberapa Pihak Baik Itu Instansi-Instansi Hingga Komunitas-Komunitas Lain Yang Ada Di Indonesia.

6. Bidang HRD



Gambar 2.72 Welcome party volunteer GMH batch 4
Sumber : Dokumentasi Gerakan Melukis Harapan

Bidang HRD (Human Resource Departemen) ini adalah bidang yang bergerak untuk mengembangkan karakter daari pengurus GMH contohnya dengan adanya internalisasi yang di adakan untuk memperkuat pengurus GMH. Di bidang ini HRD juga mempunyai tugas yang berhubungan dengan pengembangan dari pihak internal maupun eksternal seperti menrekrut anggota baru yang akan bergabung di GMH. Tugas HRD ini menjamin kesejahteraan para pengurus maupun anggota dan hal – hal yang berhubungan langsung dengan dengan anggota atau sumber daya manusia yang ada di kepengurusan. HRD juga sebagai mediator antar pengurus yang baru dengan yang lama, selain itu di bidang ini ada pengupgrade skill baik anggota lama maupun anggota baru. Intinya di bidang HRD ini bidang yang paling banyak berurusan langsung dengan anggota, dengan adanya HRD mungkin kedekatan antar anggota menjadi lebih dekat.

7. Bidang Fundraising

Dalam sebuah organisasi perusahaan pendapatan merupakan hal yang penting dalam mendukung aspek finansial. Oleh karena itu, Fundraising sebagai salah satu bidang baru di GMH merupakan salah satu bidang utama yang berfungsi memberikan dukungan secara finansial di yayasan ini. Adapun



dukungan finansial tersebut nantinya akan dialokasikan sebagai sumberdana bagi program-program yang dilaksanakan oleh GMH.

Dalam proses berjalannya, bidang ini diharapkan mampu mengusahakan pemasukan dengan melakukan penggalan dana dengan berbagai cara yang kreatif. Di sisi lain, bidang ini nantinya akan kerap kali berhubungan dengan para donatur baik individu maupun instansi yang mendukung gerakan ini. Bidang fundrising ini nantinya diharapkan dapat menjalin silaturahmi yang kontinu dengan para donator dengan cara menginformasikan serta melaporkan segala macam aktivitas/program GMH serta pelaporan kondisi keuangan. Dengan ini, harapan besar kami akan muncul kerjasama antara pengurus dengan para donator untuk bersama-sama mensukseskan visi mulia nyayasan ini.

8. Bidang Bisnis Sosial

Setelah melalui proses pendekata, pencarian ide dan pengembangan masyarakat melalui pelatihan, diskusi dan kegiatan pengembangan lainnya, serta dukungan berbagai pihak saat ini telah berdiri beberapa UKM di kawasan Jarak-Dolly yang berada dibawah binaan Gerakan Melukis Harapan. UKM-UKM tersebut diantaranya UKM Samijali, UKM Oseki, UKM Tempe Bang Jarwo, UKM Batik Jarak Arum dan Brand DNI, UKM Kaos Dory, dan UKM Katring Dolly. Bidang Bisnis Sosial adalah bidang yang bertugas melakukan pengawasan, pembinaan dan pengembangan UKM bersama masyarakat dan pelaku UKM dengan memberi pelatihan pengembangan produk, manajerial UKM dan kegiatan lainnya. UKM-UKM ini adalah UKM yang menjadi objek desain interior Sentra UKM Ex-Wisma Barbara di kawasan Jarak-Dolly





Gambar 2.73 UKM Tempe Bang Jarwo
Sumber : Dokumentasi Gerakan Melukis Harapan

9. Bidang Eduwisata

Bidang Eduwisata adalah bidang baru yang akan mendukung pengembangan Jarak-Dolly sebagai kawasan wisata edukatif baru di kota Surabaya bersama pemerintah kota Surabaya. Dalam rencana jangka panjang Eduwisata Jarak-Dolly, kawasan Jarak-Dolly akan menawarkan pengunjung untuk mengelilingi kawasan Ex-lokalisasi untuk mengetahui sejarah gang Dolly dan bagaimana perubahan positif yang sudah terjadi pasca adanya penutupan kawasan lokalisi Jarak-Dolly, pengunjung akan mengunjungi kawasan jalan utama gang Dolly, kampung-kampung wisata dengan produk UKMnya serta fasilitas lain yang akan dibangun, dan pembangunan Sentra UKM di bangunan Ex-Wisma Barbara adalah salah satu rencana jangka panjang yang harapannya dapat direalisasikan segera.

2.9 Ergonomi dan Antropometri

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly yang nantinya akan memamerkan dan memasarkan produk UKM-UKM kawasan Jarak-Dolly dan Kota Surabaya. Penulis melakukan kajian pustaka tentang Ergonomi dan Antropometri sebagai referensi dan teori dalam desain interior yang dalam pengaplikasiannya memperhatikan aspek-aspek kenyamanan penggunaannya.


Ergonomi sering disebut Human Factor Engineering, suatu ilmu yang mengatur bagaimana manusia bekerja. Istilah “ergonomi” berasal dari bahasa Yunani yaitu Ergo (kerja) dan Nomos (peraturan dan hukum kerja) serta dapat didefinisikan sebagai penerapan ilmu-ilmu biologi tentang manusia bersama-sama dengan ilmu-ilmu teknik dan teknologi untuk mencapai penyesuaian satu sama lain secara optimal dari manusia terhadap pekerjaannya. Ergonomi adalah suatu cabang ilmu yang mempelajari perancangan pekerjaan-pekerjaan yang dilaksanakan oleh manusia, sistem orang dan mesin, peralatan yang dipakai manusia agar dapat dijalankan dengan cara yang paling efektif



termasuk alat-alat peragaan untuk memberi informasi kepada manusia.
(Sutalaksana : "Teknik Tata Cara Kerja").

Antropometri berasal dari kata antropos yang artinya manusiadan metri yang berarti ukuran. Jadi antropometri diartikan sebagai suatu ilmu yang secara khusus berkaitan dengan pengukuran tubuh manusia yang digunakan untuk menentukan perbedaan pada individu, kelompok, dan sebagainya. Antropometri menurut Stevenson (1989) dan Nurmianto (1991) adalah suatu kumpulan data secara numerik yang berhubungan dengan karakteristik fisik tubuh manusia ukuran, bentuk dan kekuatan serta penerapan dari data tersebut untuk penanganan masalah desain. Penerapan data antropometri ini akan dapat dilakukan jika tersedia nilai mean (rata-rata) dan standar deviasinya dari satu distribusi normal.

Berikut ini merupakan beberapa data mengenai studi antropometri dalam mendukung perancangan wisma barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.



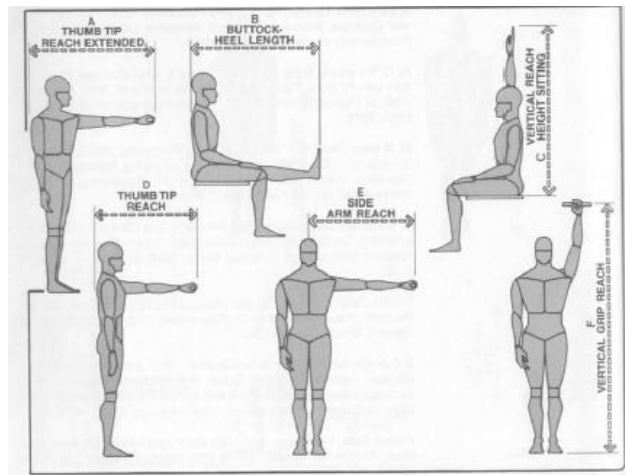
FUNCTIONAL BODY DIMENSIONS

Adult Male and Female Functional Body Dimensions in Inches and Centimeters by Age, Sex, and Selected Percentiles

	A	B	C	D	E	F
	in cm	in cm	in cm	in cm	in cm	in cm
95 MEN	38.3 97.3	46.1 117.1	51.6 131.1	35.0 88.9	39.0 98.4	88.5 224.8
95 WOMEN	36.3 92.2	49.0 124.5	49.1 124.7	31.7 80.5	38.5 96.5	84.0 213.4
5 MEN	32.4 82.3	39.4 100.1	59.0 149.9	29.7 75.4	29.0 73.7	76.8 195.1
5 WOMEN	29.9 75.9	34.0 86.4	55.2 140.2	26.6 67.6	27.0 68.6	72.9 185.2

Gambar 2.74 Data dimensi tubuh fungsional bagi wanita dan pria dewasa

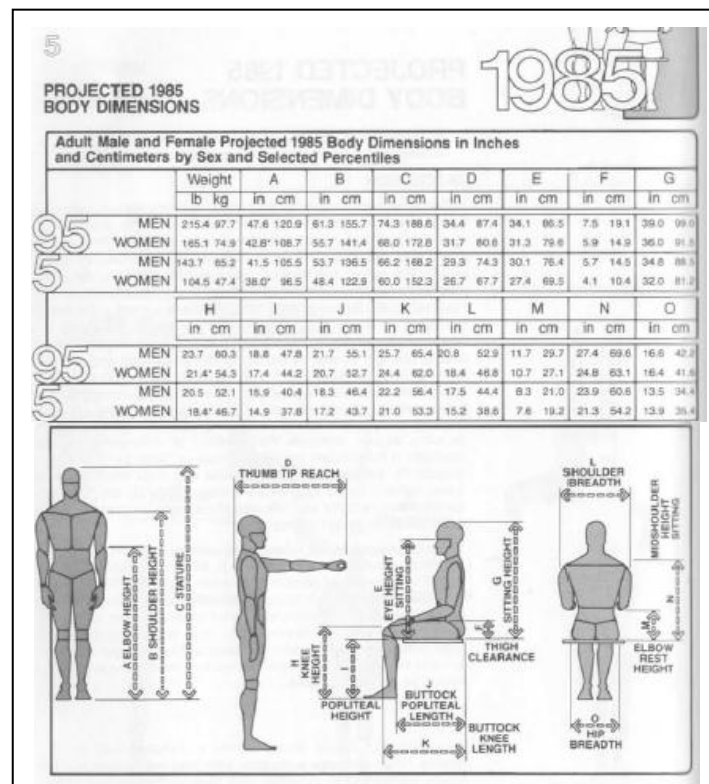
Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.40 WIB)



Gambar 2.75 Data dimensi tubuh fungsional bagi wanita dan pria dewasa

Sumber : Human Dimension and interior space, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.40 WIB)

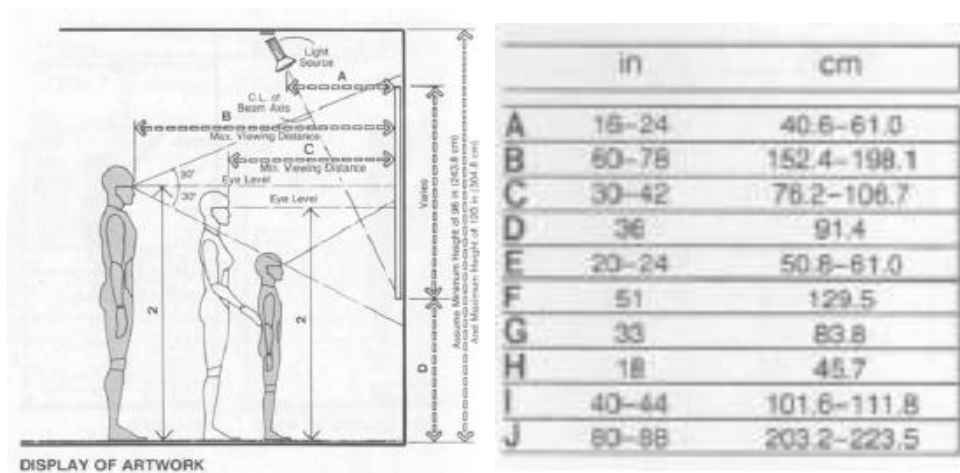
Gambar diatas merupakan data aktifitas fungsional pada wanita dan pria dewasa, misalnya bukaan badan saat A. merentangkan tangan kedepan, B. merentangkan kaki kedepan, C. merentangkan tangan keatas dari pinggul saat duduk E. merentangkan tangan kesamping dan F. merentangkan tangan keatas. Data data tersebut akan menjadi data pendukung dalam mendesain sentra uk khususnya di area *display* untuk mengukur jarak sirkulasi bagi pengguna.



Gambar 2.76 Dimensi tubuh manusia (Pria dan Wanita dewasa)

Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.40 WIB)

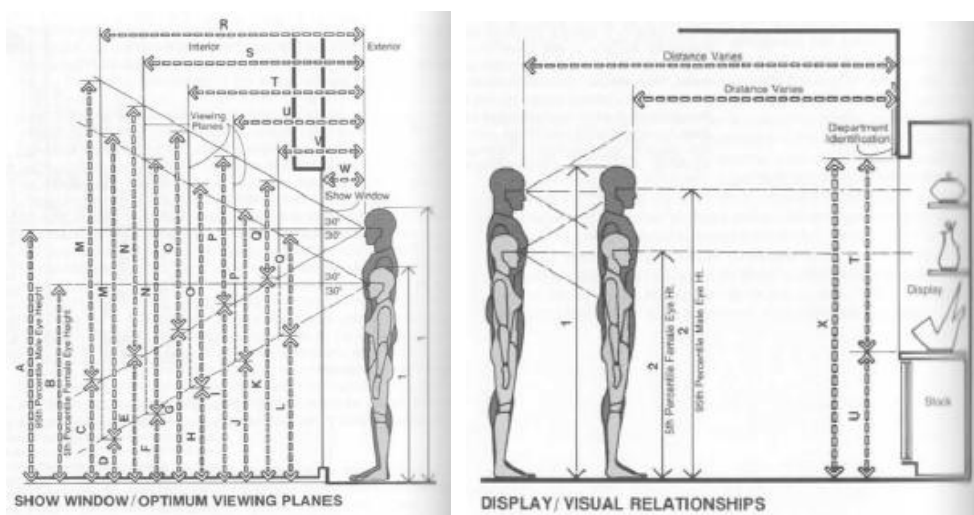
Data antropometri tubuh manusia yang berperan penting dalam menyusun kenyamanan pengguna.



Gambar 2.77 antropometri dalam pengaturan *display*

Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.20 WIB)

Data antropometri dalam pengaturan *display* yang akan diterapkan pada *display* diorama sejarah Jarak-Dolly dan produk UKM.



Gambar 2.78 antropometri dalam pengaturan *display* pada *retail store*

Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.20 WIB)]

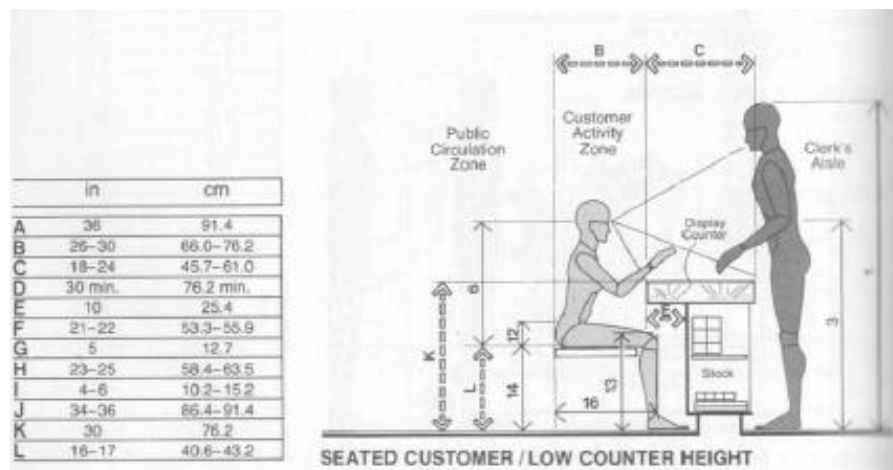


	in	cm
A	68.6	174.2
B	56.3	143.0
C	27.0	68.7
D	14.7	37.4
E	28.0	71.2
F	28.3	72.0
G	41.5	105.4
H	28.6	72.6
I	47.8	121.5
J	36.3	92.2
K	54.8	139.1
L	42.5	107.8
M	83.1	211.1
N	69.3	175.9
O	55.4	140.8
P	41.6	105.6
Q	27.7	70.4
R	72	182.9
S	60	152.4
T	48	121.9
U	36	91.4
V	24	61.0
W	12	30.5
X	84	213.4

Gambar 2.79 Data antropometri dalam pengaturan *display* pada *retail store*

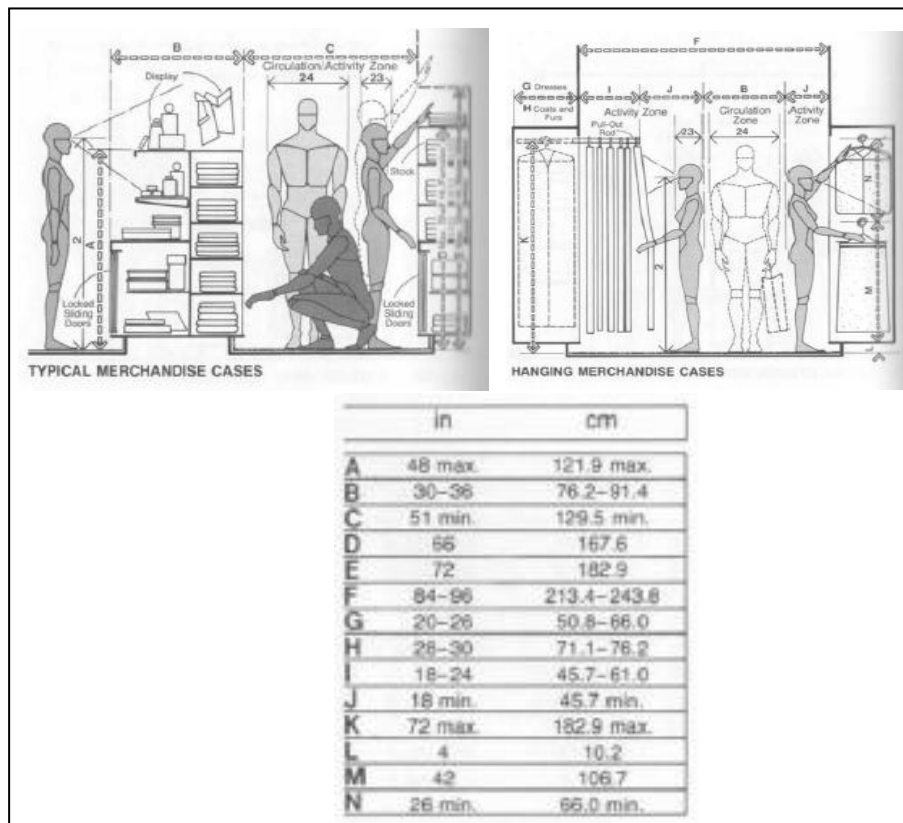
Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.20 WIB)

Data antropometri diatas akan diterapkan pada area *display* produk UKM untuk memperhatikan kenyamanan dari pengguna khususnya wisatawan.



Gambar 2.80 Data antropometri area kasir

Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.32 WIB)



Gambar 2.81 Antropometri area *display* oleh-oleh

Sumber : Human Dimension and interior *space*, Julius Panero / (Akses : 01/03/17, 18.32 WIB)

2.10 Studi Eksisting Wisma Barbara

2.10.1 Sejarah dan kondisi saat ini Ex-Wisma Barbara

Bersamaan dengan penutupan gang dolly, beberapa wisma dan rumah bordir yang dulunya sebagai tempat bisnis lokalisasi dibeli oleh pemerintah Kota Surabaya, yang nantinya bangunan-bangunan ini akan dialih fungsikan sebagai tempat pengembangan masyarakat kawasan dolly untuk membangun kemandirian warga guna mengembangkan dolly sebagai salah satu destinasi wisata baru dan edukatif di kota Surabaya. Salah satu wisma yang dibeli tersebut adalah wisma barbara.



Dalam sejarahnya wisma Barbara adalah wisma pertama yang dibangun di kawasan Jarak-Dolly. wisma Barbara mulai beroperasi pada tahun 1967 oleh Dolly Khavit, seorang perempuan yang konon bekas PSK. Ia membuka usaha pelacuran dengan mengangkat mucikari dari Kampung Cemoro Sewu dan membangun wisma Barbara tersebut. Wisma Barbara kemudian memulai berdirinya wisma lain dan akhirnya di awal tahun 1970-an perkampungan itu berubah nama menjadi Gang Dolly. (referensi lain masih harus dicari dan disusun). Menurut penuturan warga setempat, Pak Sugeng, setelah tante dolly pensiun, Wisma Barbara dikelola Pak Jing Kang, mucikari keturunan tionghoa. Namun, pak Jing Kang bolak-balik keluar masuk penjara karena kasus narkoba hingga akhirnya bangkrut. Setelah bangkrut, Wisma Barbara dijual dan dibeli orang perantau luar pulau bernama Pak Sakak. menurut penuturan pak sugeng, Sakak sebelumnya bekerja sebagai pelayan di wisma hingga tahun 2000.

Dulu saat pertama dibeli Sakak, Wisma Barbara ini masih rumah kecil. Kemudian Pak Sakak membangun dua rumah wisma menjadi satu dan dibangun gedung lima lantai. Menurut penuturan Petugas Linmas BLC Barbara, Agus Purwanto. lantai satu gedung enam lantai ini dulunya merupakan aquarium atau ruang tunggu bagi pelanggan. Menurut rikes denis dilaman Kompasiana.com di area tunggu ini terdapat DJ yang akan memutar alunan lagu house music yang sekaligus bertugas sebagai petugas informasi yang menginformasikan siapa-siapa saja wanita yang keluar maupun masuk ke dalam aquarium. Sedangkan di lantai dua hingga lima ada puluhan deretan kamar. Di masing-masing lantai gedung tersebut ada sekitar 35 kamar. Di setiap kamar ada sebuah ranjang dari batu bata dan diberi alas papan triplek kemudian diberi alas kasur. Di sudut ruangan kamar terdapat tempat yang mirip kamar mandi yang kecil dengan *shower* menggelayut. Lalu dindingnya banyak bertempelkan poster model panas tahun 80-an dari artis dalam negeri maupun luar negeri. Pemilik wisma Barbara Sakak juga telah menambah jumlah okupansi operasional Wisma Barbara. Di antaranya membangun lantai keenam menjadi bar dan kolam renang untuk pelanggan kelas VIP. Di bar



husus VIP tersebut terdapat aquarium yang memajang wanita-wanita cantik dengan harga mahal. Di Bar tersebut ada berbagai minuman keras dari berbagai merek kelas dunia.

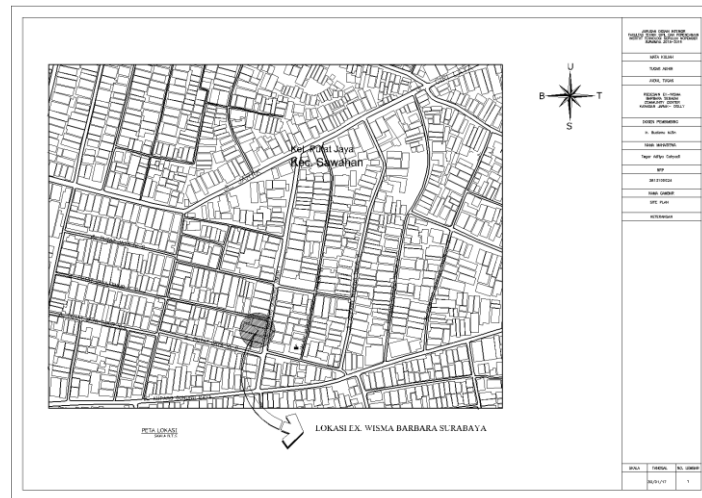


Gambar 2.82 Ruang Ex-Wisma barbara yang sudah selesai direnovasi
Sumber : Dokumentasi penulis

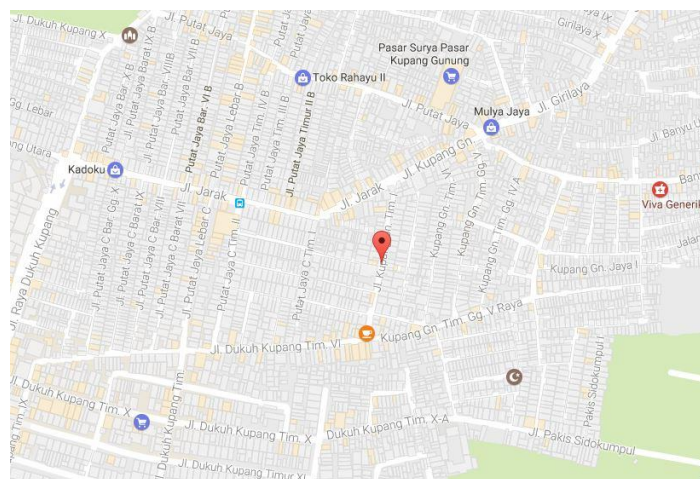
Setelah adanya penutupan gang dolly dan dibeli oleh pemerintah kota Surabaya, wisma barbara kini menjadi gedung kosong yang sedang dalam tahap renovasi.

2.10.2 Lokasi Ex-Wisma Barbara

Ex-Wisma Barbara terletak di pusat Kompleks Pelacuran "Gang Dolly" yang berada di kawasan Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kotamadya Surabaya. Gang Dolly hanya sebuah jalan sepanjang kurang lebih 150 meter dengan lebar sekitar 5 meter beraspal cukup halus, hasil Proyek Perbaikan Kampung tahun 1977. Tepatnya, kompleks pelacuran ini berlokasi di Jalan Kupang Gunung Timur 1. Sebelum ditutup Wisma Barbara merupakan wisma terbesar di Kompleks Gang Dolly ini.



Gambar 2.83 Site plan
Sumber : Dokumentasi penulis



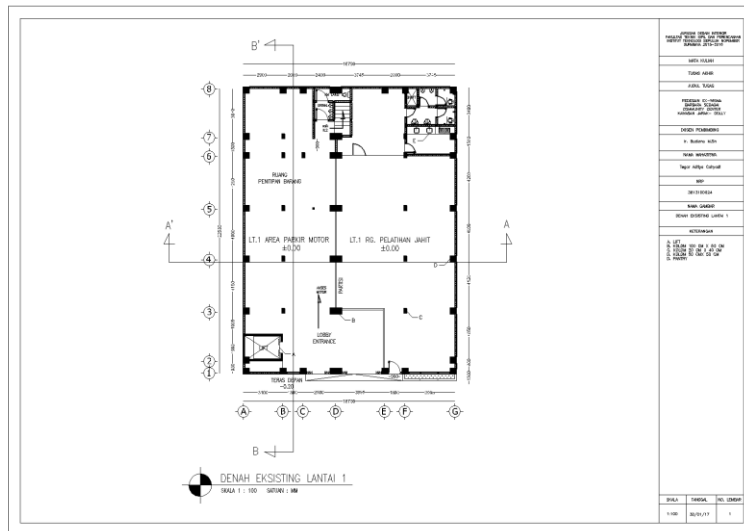
Gambar 2.84 Peta lokasi kawasan Jarak-Dolly
Sumber : maps.google.com (Akses : 18/02/17 20.38 WIB)

2.10.3 Analisa Ruang

Melalui tanya jawab penulis dengan perwakilan dinasi Cipta Karya dan Tata Ruang Pemerintah Kota Surabaya, gedung ex-wisma barbara rencananya akan dikembangkan menjadi gedung pusat pengembangan masyarakat yang nanti akan memiliki fungsi sebagai sentra UKM, perpustakaan, BLC dan balai warga. Namun perencanaan tersebut saat ini dihentikan karena dari pemerintah kota akan

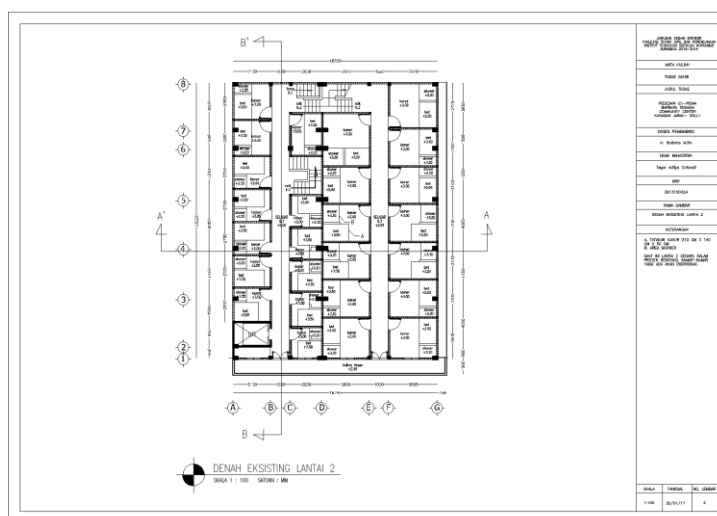


mengkaji kembali pemanfaatan bangunan yang tepat untuk wisma barbara sebelum derealisasikan.



Gambar 2.85 Denah eksisting lantai 1
Sumber : Karya perancang

Saat ini proyek difokuskan pada renovasi bangunan dengan melakukan pembongkaran ruang-ruang yang dulunya digunakan untuk bisnis prostitusi seperti kamar-kamar, lobby, aquarium dan ruangan lain hingga seperti foto yang penulis lampirkan. Saat penulis melakukan observasi eksisting, proyek sudah selesai dilantai 3 hingga 6, untuk lantai 1 terdapat lift dan pos penjagaan, serta terdapat sekat bangunan untuk ruangan pelatihan dan UKM sepatu mampu jaya Jarak-Dolly.



Gambar 2.86 Denah eksisting lantai 2
Sumber : Karya perancang

[illegible]

The image consists of two photographs of an empty, modern interior space, likely a lobby or hallway. The top photograph shows a bright, open area with large windows and a glass door, reflecting light on the polished floor. The bottom photograph shows a similar space from a different angle, featuring several white columns supporting the ceiling and large windows providing natural light.



Gambar 2.88 Dokumentasi kondisi eksisting lantai
Sumber : Dokumentasi perancang

2.11 Studi Pustaka tentang tanaman jarak

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly penulis atau perancang melakukan kajian pustaka tentang tanaman jarak, tanaman yang dahulu banyak tumbuh dikawasan Jarak-Dolly saat ini yang kemudian menjadi nama dari kawasan tersebut, tanaman jarak nantinya akan menjadi salah satu karakter eksisting yang akan ditransformasikan menjadi pola bentuk yang akan diterapkan pada desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai sentra UKM

Jarak (*Ricinus communis*) adalah tumbuhan liar setahun (*annual*) dan biasa terdapat di hutan, tanah kosong, di daerah pantai, namun sering juga dikembangkan dalam perkebunan.

Tanaman ini tergolong tanaman perdu, memiliki daun tunggal menjari antara 7 - 9, berdiameter 10-40 cm. Tumbuhan ini merupakan spesies tanaman dari Euphorbiaceae dan tergolong ke dalam genus *Ricinus*, subtribe Riciniinae.

Jarak memiliki batang berbentuk bulat licin, berongga, berbuku-buku jelas dengan tanda bekas tangkai daun yang lepas. Warna tumbuhan hijau bersemburat merah, sedangkan daunnya tumbuh berseling berbentuk bulat dan ujungnya sedikit runcing. Biasanya daun jarak berwarna hijau tua pada permukaan atas dan hijau muda pada bagian permukaan bawah. Buahnya berbentuk bulat dan berkumpul pada tandan, namun ada juga yang bentuknya sedikit lonjong - yang dapat ditemukan pada tumbuhan jarak di daerah Bali.





Gambar 2.89 Daun tanaman jarak

Sumber : [http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-8nLtfFqbMcc/UpoWZjIMbbI/AAAAAAAAAbo/vP1EdHJ0AYs/s1600/daun-jarak.jpg)

8nLtfFqbMcc/UpoWZjIMbbI/AAAAAAAAAbo/vP1EdHJ0AYs/s1600/daun-jarak.jpg (Akses :
22/07/17, 18.32 WIB)

Tanaman Jarak yang sangat berkhasiat pada kesehatan tubuh. Merupakan pengobatan secara alami yang dapat membantu dalam pemenuhan kesehatan pada diri manusia. Bisa digunakan pada pemakaian murni tanaman Jarak saja dan juga tanaman Jarak dengan tambahan berbagai bahan alami lainnya, yang dapat berkhasiat bagi tubuh. Diantaranya:

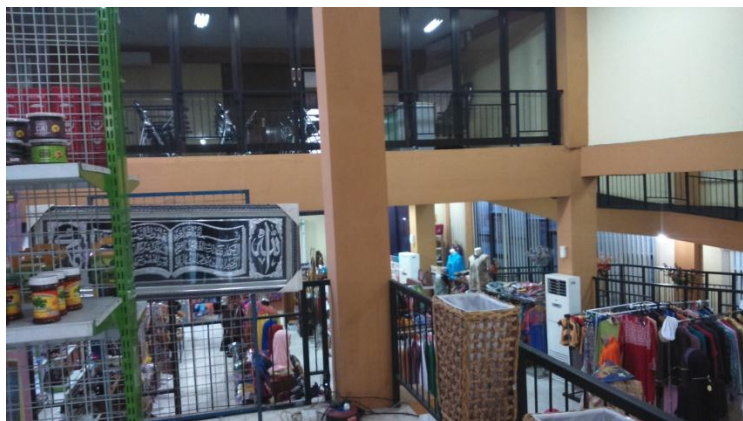
1. Mengobati sakit gigi karena berlubang
2. Obat Sariawan Alami
3. Mengobati perut kembung
4. Mengobati rematik
5. Mengobati luka
6. Merawat rambut
- 7.

2.12 Studi Pemandangan

2.12.1 Sentra UKM Merr

Sentra UKM Merr ini di resmikan langsung oleh Walikota Surabaya Tri Rismaharini pada 16 Desember 2014. Bangunan yang terdiri dari 4 lantai ini buka dari hari Senin hingga Minggu. (Senin – Jumat : 09.00 – 17.00. Sabtu – Minggu : 09.00 – 15.00).

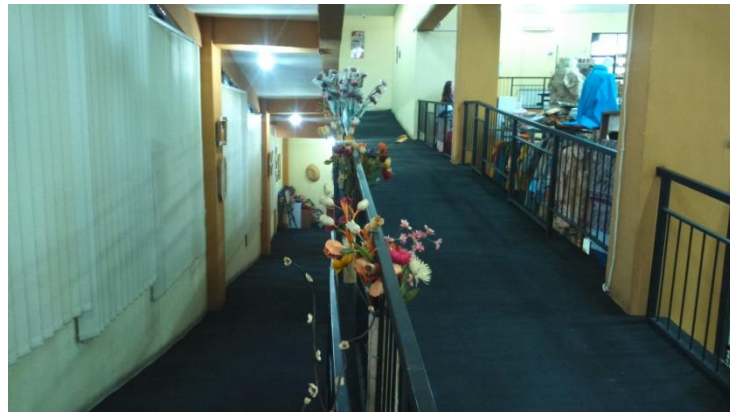
Barang-barang yang di jual di toko ini murni barang dari para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di kota Surabaya. Semua harga langsung dari pengrajin dan Sentra UKM tidak mematok tarif sewa. Hal inilah yang membuat barang yang ada lebih murah dari biasanya. *Display* produk juga informatif, dipackaging produk di berikan keterangan tentang nama UKM dan nomor telponnya. Jadi kalau konsumen mau beli langsung ke tempat UKM atau ingin nego harga, di persilahkan.



Gambar 2.90 View lantai 4 dan 2 dari lantai 3 Sentra UKM Merr
Sumber : Dokumentasi penulis

Bangunan ini terdiri dari 4 lantai. Pada lantai 1 terdapat *customer service* dan barang kerajinan yang berukuran kecil. Barang ini berbentuk seperti piring, wadah buah, tudung saji, tempat tissue, keranjang, sandal, lampu untuk ruangan. Kerajinan dari hasil laut yang dibentuk menjadi hiasan dinding, bros, kalung, asbak dan cincin. Ada juga kerajinan dari sisik ikan, tas canvas yang bergambar Suro dan Boyo. Beragam kerajinan dari daun kering dan biji-bijian yang menjadi hiasan dinding juga ada di sini.

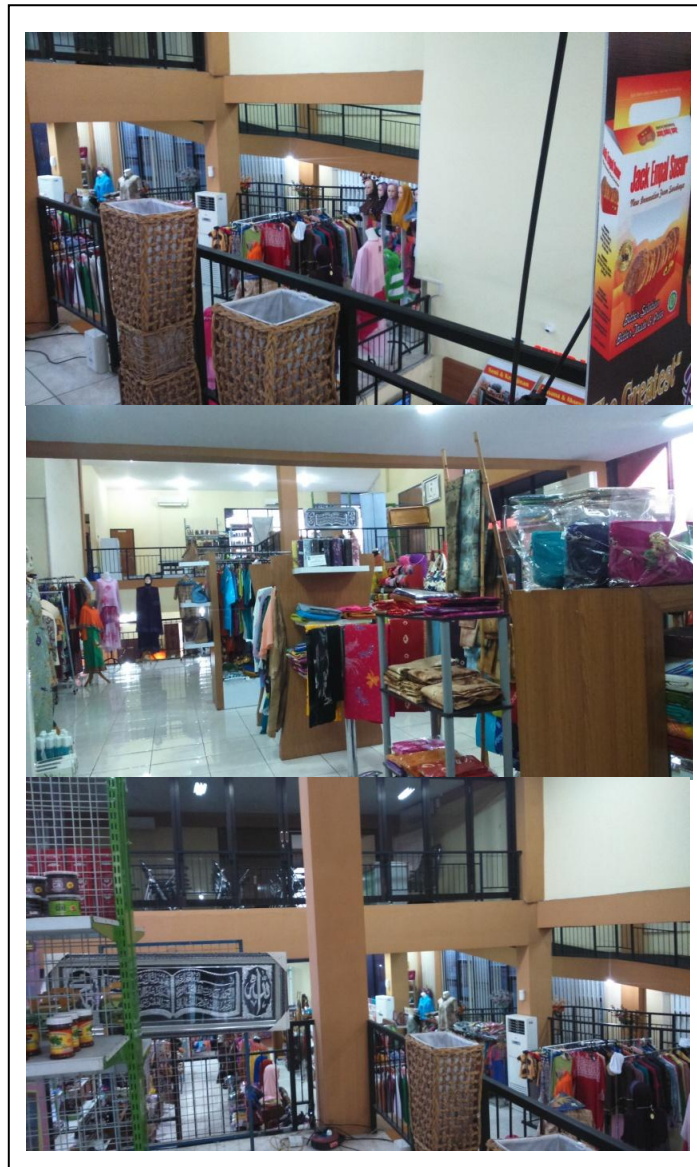
Naik ke lantai 2 terdapat produk fashion khas Surabaya. Produk ini berupa kain dan baju batik, aneka sepatu baju muslim, aksesoris dari kaca dan dompet dari kulit. Di lantai 3 kita bisa menemui aneka camilan dan oleh-oleh berupa makanan. Makanan ini seperti kerupuk, kue lapis surabaya, maupun abon dan camilan lainnya yang bisa bikin lapar. Bahkan ada juga aneka miuman dan es krim buatan UKM kota Surabaya yang sangat menggugah selera. Sedangkan di lantai 4 terdapat ruang pertemuan untuk workshop maupun seminar yang bisa di gunakan hingga 40 orang.



Gambar 2.91 View Sirkulasi penghubung antar lantai
Sumber : Dokumentasi penulis

Interior Sentra UKM Merr ini sudah cukup nyaman, karena tergolong gedung baru yang baru beroperasi mulai tahun 2014. Pencahayaan dan penghawaan sudah cukup baik, zoning ruang berdasarkan jenis produk juga memudahkan pengunjung, namun bisa ditambahkan sign adge supaya lebih informatif. Pemilihan jenis sirkulasi penghubung antar lantai juga sudah baik karena memungkinkan bagi kaum difabel.

Namun Sentra UKM merr sebagai pusat produk UKM kota surabaya ini masih terkesan kosong, pengalaman pengunjung yang datang akan sama seperti saat mengunjungi sebuah toko yang menjual produk UKM dan masih belum memberikan suasana khas dan konten-konten informatif tentang kota surabaya padahal sentra UKM Merr ini berpotensi menjadi toko oleh-oleh dan tempat singgah bagi para wisatawan yang berkunjung ke surabaya.



Gambar 2.92 View Sirkulasi penghubung antar lantai
Sumber : Dokumentasi penulis

2.12.2 Museum Angkut

2.12.2.1 Deskripsi singkat Museum Angkut

Museum Angkut merupakan museum transportasi dan tempat wisata modern yang terletak di Kota Batu, Jawa Timur, sekitar 20 km dari Kota Malang. Museum ini terletak di kawasan seluas 3,8 hektar di lereng Gunung Panderman dan memiliki lebih dari 300 koleksi jenis angkutan tradisional hingga modern. Museum ini terbagi dalam beberapa zona yang didekorasi dengan *setting lanscape* model bangunan dari benua Asia, Eropa hingga Amerika. Museum

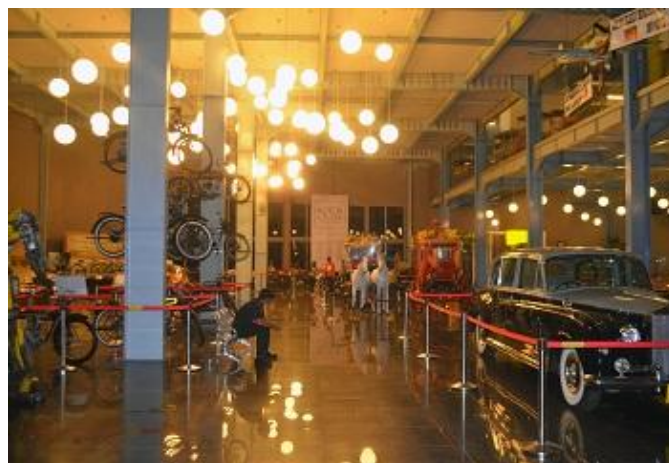


Angkut dikelola oleh Jawa Timur Park Group yang sebelumnya juga membangun Batu Secret Zoo, Batu Night Spectacular (BNS), Eco Green Park dan Museum Satwa. Museum ini didirikan pada 9 Maret 2014.

2.12.2.2 Kegiatan wisatawan dan fasilitas

Museum ini menyediakan berbagai zona yang menarik bagi pengunjung dengan tematik yang berbeda. Mulai dari koleksi mobil antik (kuno), Angkutan Umum, kendaraan modern, mobil konsep yang sering digunakan di film serta berbagai pertunjukan dan show di Movie Star Studio. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut.

1. Hall Utama, Ruangan ini adalah ruangan pertama di Museum Angkut yang akan dikunjungi setelah melewati garis Entrance oleh pengunjung. Di tempat ini terdapat berbagai koleksi mobil dari berbagai negara dan berbagai waktu, yang didukung dengan lampu-lampu eksotis sehingga menimbulkan kesan elegan.



Gambar 2.93 Hall museum angkut

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 18.32 WIB)

2. Gangster Town & Broadway Street. Pada obyek ini Al Capone sebagai gangster tersohor di tahun 1970-an beraksi dan siap membawa anda terlibat di dunia gangster. Broadway street yang menjadi tempat impian para artis tersohor dunia



ditampilkan bersama dengan berbagai type dan model angkutan transportasi di dalamnya.



Gambar 2.94 Gangster Town & Broadway Street
Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Zona Eropa. Negara Belanda, Italia, Perancis, Jerman, dan Inggris yang tersohor di Eropa, disajikan dalam nuansa malam dipadu dengan berbagai mobil angkutan transportasi khas benua Eropa yang melengkapi situasi kota.



Gambar 2.95 Zona Eropa Museum Angkut

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 18.40 WIB)

4. Zona Edukasi. Wisata pendidikan di zona seluas 900 meter ini berisi tentang sejarah berbagai angkutan transportasi dari waktu ke waktu baik di Indonesia



maupun di dunia. Temukan cara baru belajar tentang alat angkut di museum ini dengan cara yang menyenangkan dan interaktif.



Gambar 2.96 Zona Edukasi

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 18.50 WIB)

5. Zona Sunda Kelapa dan Batavia. Pada tempat unik di Malang ini, kita serasa ditarik kembali ke suasana kota Jakarta tempo dulu saat menjadi pelabuhan terkenal di jaman Batavia. Temukan nuansa tempo dulu, tiruan menara Syahbandar dan berbagai jenis mobil dan angkutan transportasi kala itu.



Gambar 2.97 Zona Sunda Kelapa dan Batavia

Sumber : Dokumentasi pribadi

6. Zona Istana Buckingham. Negara Inggris sebagai kerajaan paling tersohor di dunia dan terbukti menghasilkan berbagai transportasi berkelas seperti Blackburn, Triumph, Matchless, Royal Enfield, Fillir, Francis Barnett, Austin, Mini Cooper, Rolls Royce, serta jenis mobil lainnya, yang semuanya itu dihadirkan di Museum



Angkut Malang ini. Ada juga mobil Land Rover yang pernah digunakan oleh Ratu Elizabeth saat parade di Australia.



Gambar 2.98 Zona Istana Buckingham

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 19.21 WIB)

7. Zona Las Vegas. Nuansa Amerika yang akan mewarnai malam pengunjung dengan gerbang Las Vegas dan berbagai jenis mobil yang melintas, Suasana seru dan menarik di kawasan museum ini.



Gambar 2.99 Zona Istana Buckingham

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 19.21 WIB)

8. Zona Hollywood, Di salah satu zona teramai di museum ini, pengunjung akan menemukan berbagai alat angkut (mobil) yang digunakan dalam film Hollywood yang sering disebut sebagai mobil konsep.



Gambar 2.100 Zona Hollywood

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 19.21 WIB)

9. Pasar Apung Nusantara, Berbagai souvenir Museum Angkut serta makanan khas tradisional turut meramaikan suasana pasar tempo dulu dan nuansa pasar apung seperti yang ada di kampung air Margasari di kota Balikpapan. Berbagai kerajinan dan lukisan gaya seniman wilayah Batu seperti seni batik, ukir, karikatur, dan lain-lain.



Gambar 2.101 Pasar Apung Nusantara

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 19.21 WIB)

10. Museum Topeng, didalam museum topeng tidak hanya terdapat *display* topeng tradisional namun juga terdapat berbagai macam peninggalan budaya dari suku-suku di Indonesia lainnya, misalnya artifak, peralatan tradisional, pakaian adat, kebudayaan setempat, batik, hingga barang-barang di awal masa kemerdekaan yang ditampilkan dengan *display* yang menarik dan informatif.



Gambar 2.102 Museum Topeng

Sumber : <https://www.wisatania.com/museum-angkut-malang/> (Akses : 23/07/17, 19.21 WIB)

Dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly, Penulis melakukan studi pembandingan untuk menganalisa karakter dan mendapatkan inspirasi mengenai desain dan konsep *display* yang nantinya akan diterapkan pada desain interior Ex-Wisma Barbara, pada studi pembandingan Stra UKM Merr, penulis menganalisa desain interior Sentra UKM, produk-produk yang dijual, zoning ruang dan kelebihan serta kekurangannya untuk mendapatkan ide dan penyelesaian permasalahan. Pada Museum Angkut, penulis melakukan studi pembandingan untuk mendapatkan referensi dalam *mendisplay* sebuah produk, dan bagaimana menghadirkan konsep *display* yang menarik, historis serta informatif untuk kemudian di terapkan pada Desain Interior Ex-Wisma Barbara sebagai sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.



BAB III

METODOLOGI DESAIN

Dalam melakukan sebuah perencanaan dan desain selalu dimulai dengan perencanaan yang benar, yaitu mengikuti urutan tahapan yang telah disusun secara logis dan sistematis. Tujuannya adalah perencanaan dan desain nantinya mampu memberi solusi yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, sehingga hasilnya dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Melihat pentingnya tahapan perencanaan dan desain yang benar, maka dalam hal ini dibutuhkan sebuah metodologi desain. Metodologi desain ini sangat erat hubungannya dengan sebuah prosedur, alat, serta objek desain yang akan digunakan dalam melaksanakan sebuah perencanaan dan desain.

3.1 Tahap Identifikasi Obyek

Tahap ini adalah tahap untuk menentukan latar belakang, judul, dan definisi judul. Pada tahap ini akan diuraikan dasar-dasar pemikiran dan landasan yang menjadi alasan untuk melakukan studi tentang desain interior Gedung Ex-Wisma Barbara.

3.2 Tahap Identifikasi Masalah

Tahapan ini dilakukan untuk tujuan dan manfaat serta permasalahan yang ditemukan untuk mencapai tujuan guna mendapatkan manfaat dari perencanaan dan desain interior Ex-Wisma barbara. Tujuan analisa merupakan hal-hal yang ingin dicapai sebagai hasil akhir dari proses-proses yang dilakukan. Permasalahan muncul akibat konflik yang ada antara keadaan yang ada sekarang dengan keadaan akhir hasil dari proses perencanaandan desain interior ini, hal ini berguna untuk menjadi acuan dalam menentukan arah dalam merancang desain juga.

3.3 Tahap Pengumpulan Data

Dalam melakukan perancangan desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly, data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua



jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dengan pihak yang bersangkutan di lapangan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dari pihak yang tidak bersangkutan secara langsung yaitu melalui studi literatur. Berikut adalah penguraiannya:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari lapangan melalui pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan obyek, antara lain:

a. *Survey* / Studi Lapangan

Survey dilakukan untuk mengetahui kondisi langsung dan fenomena sosial apa saja yang terjadi di eksisting bangunan Ex-Wisma Barbara, UKM Gerakan Melukis Harapan, studi pembandingan data pendukung lain. Hal ini dilakukan dengan melakukan dokumentasi dan pengamatan, yaitu mengenai aktivitas dalam bangunan, kelebihan dan kekurangan bangunan, bentuk bangunan, studi kebutuhan ruang, sistem kerja, dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, fasilitas yang digunakan dan dibutuhkan, serta data mengenai sirkulasi ruang.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber terkait untuk mengetahui tentang Kondisi setiap UKM, mulai dari jenis UKMnya, Jumlah Pekerja, Fasilitas dan kemampuan produksi UKM, Kualitas produk, dan Pengembangan produk kedepan.

C. Kuisioner

Kuisioner dilakukan narasumber untuk mengetahui respon masyarakat tentang Kawasan dolly dan pemanfaatan Ex-Wisma Barbara. daftar pertanyaan yang diberikan yaitu:

- Data diri
- Pernahkah anda mengunjungi Kawasan Dolly?
- kapan terakhir kali anda mengunjungi kawasan dolly?



- Apakah anda mengetahui Penutupan kawasan lokalisasi dolly ditahun 2014 ?
- Apakah anda setuju adanya penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Setuju Alasan apa yang membuat anda menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Tidak setuju, Alasan apa yang membuat anda tidak menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly
- Paska penutupan, bidang apa yang menjadi prioritas untuk dibenahi?
- Paska penutupan, apakah anda mengetahui rencana pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata?
- Apakah anda setuju jika dolly menjadi kampung wisata?
- jika setuju, Jenis wisata apa yang cocok untuk kawasan dolly
- Apakah pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian kawasan dolly paska penutupan?
- Apakah anda mengetahui wisma barbara?
- Apa yang anda pikirkan ketika mendengar nama wisma barbara?
- Apakah anda mengetahui status wisma barbara yang sudah mejadi hak milik Pemkot Surabaya?
- Apakah anda setuju jika wisma barbara diredesign menjadi pusat pengembangan masyarakat?
- Jika setuju, Fasilitas apa yang harus dimiliki wisma barbara?
- Langgam desain mana yang menurut anda cocok untuk pengembangan dan pemanfaatan wisma barbara kedepan



2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, baik dari lapangan maupun pihak yang berkaitan langsung dengan obyek, yaitu melalui studi pustaka. Studi pustaka ini merupakan studi kasus yang diperoleh dari buku literatur, jurnal, laporan penelitian, koran, majalah, maupun internet. Data dan informasi yang dicari antara lain:

- Gang Dolly
- Studi tentang UKM
- Studi tentang *retail*
- Studi tentang *display*
- Studi tentang *signage*
- Studi tentang warna
- Studi langgam arsitektur dan desain
- Studi tentang Gerakan Melukis Harapan
- Studi Objek Pemandangan
- Anthropometri dan ergonomi

3.4 Tahap Analisa Data

Dalam perancangan ini metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Perancangan dilakukan dengan melakukan analisa dan pengamatan terhadap kebutuhan pengguna. Mengetahui kebutuhan pengguna ruang melalui perilaku yang dilakukan dalam sebuah bangunan yang difungsikan menjadi sentra ukm dan perpustakaan, dilakukan berdasarkan prosedur pengamatan fenomena sosial. Sehingga, hasil perancangan yang didapatkan tidak bersifat statistik dan tidak ada aturan absolut dalam mengolah hasil pengamatan (data). Perancangan ini memfokuskan pada studi kasus yang merupakan analisa perancangan lebih rinci terhadap objek tertentu secara mendalam dan menyeluruh. Berikut analisa-analisa yang dilakukan, antara lain:

a. Analisa Material



Menganalisa material yang tepat untuk diaplikasikan pada elemen interior dan fasilitas pendukung Ex-Wisma Barbara. Aplikasi material pada obyek dan fasilitas pendukung akan disesuaikan dengan eksisting bangunan sehingga memberikan kesan aman dan nyaman pada desain interior Ex-Wisma Barbara.

b. Analisa Warna

Menganalisa warna-warna yang tepat untuk diaplikasikan pada elemen interior dan fasilitas-fasilitas pendukung Ex-Wisma Barbara yang disesuaikan dengan fungsi ruang dan psikologi pengguna. Warna yang dianalisa adalah warna yang dapat memberi kesan bersih dan hangat untuk memberikan citra dan suasana baru gedung Ex-Wisma Barbara sebagai sebuah pusat pengembangan masyarakat.

c. Analisa Pencahayaan

Menganalisa konsep pencahayaan yang tepat untuk digunakan di desain interior Ex-Wisma Barbara. Pencahayaan yang dianalisa adalah pencahayaan buatan pada area *display*, bagaimana penempatan serta pemilihan pencahayaan yang digunakan untuk mendukung *display* produk pada area sentra ukm dan pusan kerajinan tangan, serta tambahan studi pencahayaan alami sebagai sumber pencahayaan bagian tertentu ruangan di siang hari dengan memaksimalkan bukaan jendela yang menggunakan bahan kaca di bagian tertentu ruangan.

d. Analisa Penghawaan

Menganalisa konsep penghawaan yang tepat untuk digunakan di desain interior Ex-Wisma Barbara. Penghawaan yang dianalisa adalah penghawaan buatan karena bangunan yang memiliki eksisting minim bukaan penghawaan alami dan merupakan bangunan 6 lantai yang memiliki fungsi tertentu disetiap lantainya sehingga membutuhkan penghawaan buatan sebagai penghawaan utama ruang.

e. Analisa Furnitur



Analisa tentang bentuk, warna dan material perabot yang menjadi pengisi interior gedung Ex-Wisma Barbara sebagai pusat pengembangan masyarakat. Khususnya dalam studi tugas akhir ini, penulis mengambil ruangan dilantai 1,2, dan 3. yang akan dimanfaatkan sebagai lobby dilantai 1, sentra ukm dan pusat oleh-oleh, pusat kerajinan batik tulis dan textil serta ruangan pelatihan untuk mendukung pengembangan masyarakat dan menjadi program eduwisata yang akan diberikan kepada para pengunjung. Penempatan *furniture* akan menyesuaikan fungsi ruang dan desain yang akan diterapkan, Pemilihan *furniture* tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsi ruang, namun memberikan nilai estetika bagi pemenuhan kenyamanan psikologis pengguna.

f. Analisa Elemen Estetis

Analisa tentang konsep, aplikasi bentuk, warna, material dan penempatan elemen estetis yang menjadi pengisi interior gedung Ex-Wisma Barbara sebagai bangunan pusat pengembangan masyarakat dengan fungsi tertentu di masing-masing ruang. Konsep elemen estetis akan menyesuaikan konsep desain yang akan diterapkan fungsi baru gedung Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM untuk memenuhi kebutuhan estetika dan kenyamanan psikologis pengguna.

g. Analisa Zoning

Analisa pembagian penetapan daerah bagi pengunjung dan pengurus Ex-Wisma Barbara, yaitu tentang setiap ruang yang memiliki pengkondisian tertentu menyangkut fungsi dari ruang itu sendiri.

h. Analisa Sirkulasi

Menganalisa tentang sirkulasi yang akan diterapkan dan disesuaikan dengan aktifitas yang terjadi pada Ex-Wisma Barbara, yaitu sirkulasi antar pengunjung, antara pengunjung dengan karyawan, pengunjung dan karyawan dengan penataan ruang pada fasilitas-fasilitas ruang yang ada.

i. Analisa Ruangan

Analisa tentang ruangan serta hubungan ruang tersebut dengan ruang lainnya, menganalisa kedekatan ruang satu dengan ruang lainnya sesuai dengan urutan aktifitas pada alih fungsi bangunan Ex-Wisma Barbara.

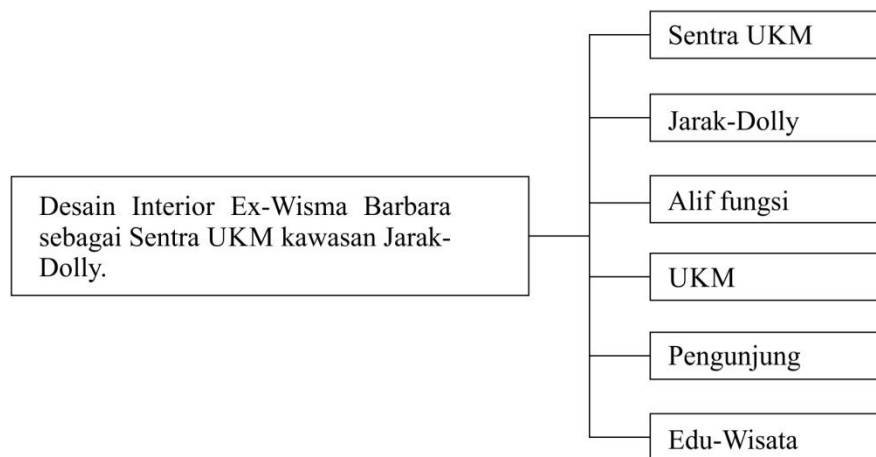


j. Analisa Aktivitas dan Kebutuhan Ruang

Menganalisa kebutuhan ruang sesuai dengan aktivitas-aktivitas yang ada pada fungsi Ex-Wisma Barbara sebagai bangunan pusat pengembangan masyarakat dan menambahkan beberapa fasilitas yang sesuai kebutuhan fasilitas ruang dan pengguna Ex-Wisma Barbara.

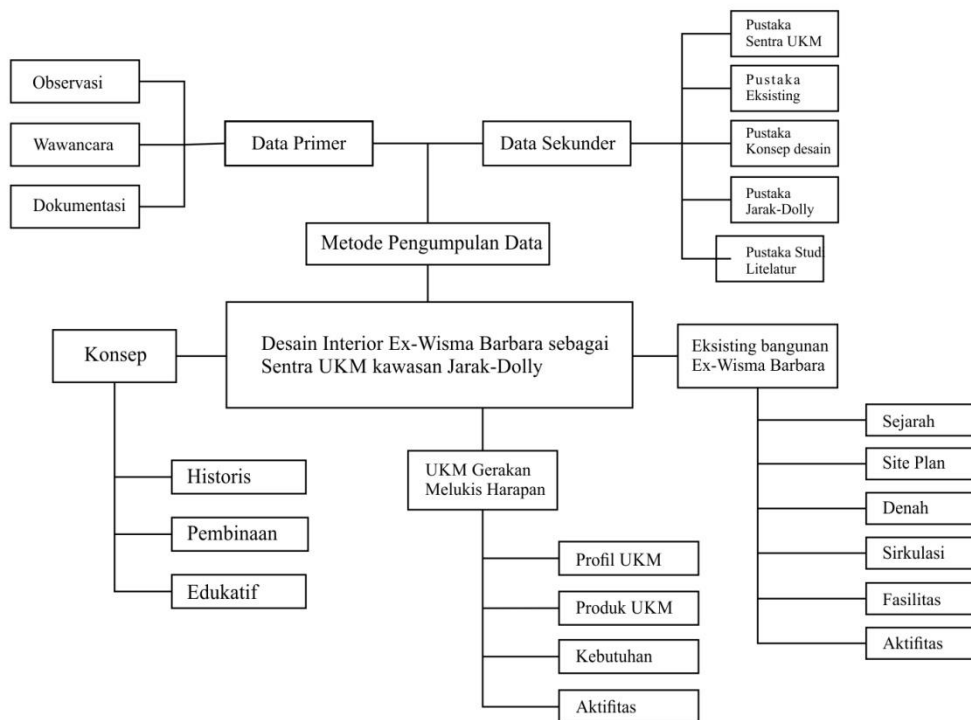
3. 5 Metode Desain

Di dalam sebuah metode desain diharuskan mengetahui kata kunci utama untuk desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly:



Gambar 3.1 Kata kunci desain interior Ex-Wisma Barbara
Sumber : Gagasan penulis

Untuk menghasilkan konsep desain yang baik dan mampu memberi solusi dan gagasan baru terhadap permasalahan yang diangkat, maka dibutuhkan sebuah alur metodologi desain, metodologi desain dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly adalah:



Gambar 3.2 Metodologi desain
Sumber : Gagasan penulis

3. 6 Proses Desain

Untuk mendapatkan solusi dalam menjawab permasalahan desain, dibutuhkan sebuah rencana atau alur berfikir dalam rangka membangun sebuah gagasan yang didasari pada tahapan pengolahan data yang baik, sehingga menghasilkan solusi berupa konsep desain yang mampu menjawab permasalahan dan kebutuhan desain Ex-Wisma Barbara sebagai pusat pengembangan masyarakat. Proses desainya tersebut yaitu:

a. Latar Belakang

Melakukan studi tentang latar belakang pemilihan obyek sebagai obyek studi desain interior, dengan menganalisa permasalahan yang mungkin terdapat pada obyek tersebut, dan tujuan dari adanya proses desain dalam menemukan solusi dari permasalahan yang ada sebagai landasan awal dalam melakukan tahap identifikasi dan pencarian masalah.



b. Identifikasi Objek dan Pencarian Masalah

Setelah diperoleh latar belakang, dilakukan observasi, dokumentasi, pengamatan dan analisan ke obyek desain kemudian data yang diperoleh diidentifikasi untuk mencari masalah-masalah yang ada.

c. Rumusan Masalah

Setelah identifikasi obyek desain dan pencarian masalah, ditemukan bermacam-macam masalah yang kemudian ditemukan beberapa titik permasalahan, lalu dilakukan penetapan perumusan masalah.

d. Tujuan

Dari rumusan permasalahan maka akan dimunculkan data kebutuhan berupa daftar yang berisi hal-hal yang harus dipenuhi dalam proses desain nantinya. Proses desain tersebut nantinya akan menghasilkan solusi-solusi yang menjadi tujuan yang diharapkan menjadi penyelesaian dari rumusan masalah yang telah ditentukan.

e. *Preliminary Idea*

Setelah didapatkan data, diketahui perumusan masalah dan ditentukan tujuan yang ingin dicapai dalam desain ini, kemudian munculah ide awal. Ide awal ini kemudian digunakan untuk menentukan data apa saja yang kemudian akan dicari untuk mencapai sebuah konsep yang sesuai dengan perancangan wisma barbara sebagai sentra ukm Jarak-Dolly.

f. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dengan beberapa cara yaitu observasi langsung dan tidak langsung.

g. Analisa data

Setelah data-data terkumpul kemudian dilakukan analisa data. Analisa adalah proses menemukan permasalahan yang ada. Proses ini berlangsung dengan cara membandingkan keadaan yang ada di lapangan dan data literatur. Hasil analisa tersebut diolah kembali berdasarkan kebutuhan yang muncul, misalnya kebutuhan ruang, besaran ruang, hubungan ruang dan pembagian area, tahap ini disebut sebagai programming.



h. Konsep

Konsep adalah solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada. Konsep desain berisi gagasan bentuk, warna, pola sirkulasi, sistem pencahayaan, elemen pembentuk ruang, sistem penghawaan, dan lain sebagainya.

3.7 Tahapan Desain

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data dan informasi, maka fase yang digunakan dalam tahapan pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Dalam desain ini proses pengumpulan data dimulai dari mengamati langsung lokasi studi kasus mengenai objek yang akan dibahas dan mencatat secara sistematis hal-hal yang berhubungan dengan objek Ex-Wisma Barbara. Dalam metode observasi, penulis mengamati kondisi Ex-Wisma Barbara, dan mendeskripsikan dalam sebuah paragraf dengan melampirkan foto sebagai data penjelas, beberapa studi terkait observasi pada Ex-Wisma Barbara. Data lapangan adalah data mengenai keadaan lokasi bangunan, yang berupa denah lokasi, lingkungan sekitar, bentuk dan kondisi fisik bangunan. Observasi yang dilakukan pada Ex-Wisma Barbara bertujuan untuk mendapatkan data sebagai berikut :

- a. Bentuk bangunan dan interior
 - b. Foto interior (sirkulasi, pencahayaan, fasilitas, dll) yang diperoleh dengan pengambilan foto pada saat observasi ke lokasi
 - c. Kebutuhan fasilitas ruang
 - d. Program ruang keseluruhan
 - e. Aktivitas pengguna
- #### 2. Studi Pemodelan

Observasi dilakukan pada objek pembandingan untuk mendapatkan data mengenai kondisi fisik bangunan yang memiliki kesamaan dengan bangunan yang akan didesain. Data yang didapat akan membantu perancang untuk mendapatkan permasalahan-permasalahan yang mungkin akan terjadi kedepannya. Penulis melakukan pengumpulan data studi pembandingan dilakukan di Sentra UKM yang



ada di Surabaya salah satunya Sentra UKM Merr dan Museum angkut sebagai referensi dalam membuat konsep *display*.

3. Wawancara & Kuisisioner

Beberapa metode pengumpulan data yang dapat digunakan adalah metode wawancara dan metode kuisisioner. Berikut ini merupakan pengertian dari kedua metode tersebut:

a. Metode Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian (Lerbin, 1992 dalam Hadi, 2007). Wawancara dilakukan dengan narasumber terkait untuk mengetahui tentang: Kondisi setiap UKM, mulai dari jenis UKMnya, Jumlah Pekerja, Fasilitas dan kemampuan produksi UKM, Kualitas produk, dan Pengembangan produk kedepan, dalam hal ini wawancara dilakukan dengan UKM-UKM Binaan Gerakan Melukis Harapan.

b. Metode Kuisisioner

Kuisisioner berupa angket yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup Kuisisioner dilakukan narasumber untuk mengetahui respon masyarakat tentang Kawasan dolly dan Pemanfaatan Wisma Barbara. responden yang menjadi target dari kuisisioner tersebut adalah Volunteer Melukis Harapan yang aktif untuk berbagi manfaat dalam mengembangkan lingkungan Jarak-Dolly yang lebih positif.

4. Dokumentasi

Dokumentasi pada studi ini berupa kumpulan foto dengan kamera sebagai data eksisting ex-wisma barbara dan data lain yang diperoleh berupa foto atau image dari buku atau media lainnya tentang ex-wisma barbara.

5. Studi Literlatur

Diperlukan data-data literatur yang berkaitan dengan objek desain terkait serta konsep yang diambil dari berbagai buku-buku dan media lainnya tentang :



Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, baik dari lapangan maupun pihak yang berkaitan langsung dengan obyek, yaitu melalui studi pustaka. Studi pustaka ini merupakan studi kasus yang diperoleh dari buku literatur, jurnal, laporan penelitian, koran, majalah, maupun internet.

Data dan informasi yang dicari antara lain:

- Gang Dolly
- Studi tentang UKM
- Studi tentang *retail*
- Studi tentang *display*
- Studi tentang *signage*
- Studi tentang warna
- Studi langgam arsitektur dan desain
- Studi tentang Gerakan Melukis Harapan
- Studi Objek Pembanding
- Anthropometri dan ergonomi



BAB IV PEMBAHASAN/ANALISA KONSEP DESAIN

4.1 Studi Pengguna

Studi pengguna dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan minat pengguna terhadap keseluruhan dari desain (layout, konsep, elemen estetis) yang akan dikembangkan, dalam pembahasan desain kali ini adalah Desain Interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly. Analisa studi pengguna yang dilakukan meliputi analisa *segmentasi* pengguna, dan gambaran karakteristik untuk mengetahui interest dari pengguna yang akan menjadi sasaran dari Desain ex-wisma barbara sebagai pusat pengembangan Jarak-Dolly.

A. Analisa *Segmentasi* dan Target Pengguna

Segmentasi pasar dari konsep desain yang akan dikembangkan adalah

- Para wisatawan masyarakat kota surabaya atau masyarakat dari luar kota surabaya dengan rentang kelas menengah hingga kelas menengah atas yang berkunjung ke kawasan edu wisata Jarak-Dolly untuk melihat perubahan dan perkembangan wajah baru Kawasan Jarak-Dolly yang dulunya dikenal sebagai kawasan prostitusi namun sekarang menjadi salah satu kawasan yang mandiri melalui UKM-UKM binaan pemerintah ataupun LSM yang akan memamerkan produk mereka di alih fungsi bangunan Ex-Wisma Barbara Menjadi bangunan pusat pengembangan masyarakat.

Tabel 4.1 Analisa *Segmentasi* dan target pengguna

Klasifikasi		Minat pada Sentra UKM
1.	Gender : Wanita dewasa Usia : 12-50 tahun Pendidikan : SMA-Sarjana Pendapatan : 3-25 Juta Status : Remaja / Lajang / Berkeluarga	1. Memiliki minat terhadap produk UKM Jarak-Dolly 2. Membeli produk dengan tujuan sebagai konsumsi pribadi atau sebagai bingkisan 3. Berkunjung sendiri atau bersama keluarga



2.	<p>Gender : Pria Dewasa</p> <p>Usia : 12-55 tahun</p> <p>Pendidikan : SMP-Sarjana</p> <p>Pendapatan : Tidak berpenghasilan-25 Juta</p> <p>Status : Remaja / Lajang / Berkeluarga</p>	<p>4. Memiliki <i>segmentasi</i> menengah hingga menengah keatas.</p> <p>5. Memiliki daya tarik untuk berwisata, dalam pembahasan desain kali ini adalah mengunjungi kawasan edu wisata Jarak-Dolly.</p>
3.	<p>Gender : Pria atau wanita</p> <p>Usia : 1-12 Tahun</p> <p>Pendidikan : Balita-SMP</p> <p>Pendapatan : Tidak berpenghasilan</p> <p>Status : Balita / Anak-anak</p>	<p>1. Memiliki minat terhadap produk UKM Jarak-Dolly</p> <p>2. Membeli produk untuk tujuan konsumsi pribadi</p> <p>3. Datang ke sentra UKM bersama keluarga</p>
4.	<p>Gender : Pria atau wanita</p> <p>Usia : 55-70 Tahun</p> <p>Pendidikan : Balita-SMP</p> <p>Pendapatan : Berpenghasilan-tidak berpenghasilan</p> <p>Status : Lanjut Usia</p>	<p>1. Memiliki minat terhadap produk UKM Jarak-Dolly</p> <p>2. Membeli produk untuk tujuan konsumsi pribadi dan bingkisan</p> <p>3. Berkunjung sendiri atau bersama keluarga</p> <p>4. Memiliki <i>segmentasi</i> menengah hingga menengah keatas.</p> <p>5. Memiliki minat untuk berwisata untuk mengisi rutinitas di hari tua, dalam pembahasan desain kali ini adalah mengunjungi kawasan edu wisata Jarak-Dolly.</p>

Sumber : analisa perancang

4.2 Studi Ruang

Studi ruang merupakan salah satu komponen pembentukan rancangan interior, tujuan dibuatnya studi ruang ini yaitu untuk mendapatkan luas ruangan yang optimal dengan perbandingan sirkulasi jumlah orang dengan furniturnya.

Tabel 4.2 Studi ruang untuk Sentra UKM



No.	Ruang	Aktivitas	Pengguna	Kebutuhan furniture	Jumlah (unit)	Dimensi (cm)		Luasan	Rasio		Luasan Kebutuhan Ruang (cm ²)
						Panjang	Lebar		Furniture	Sirkulasi	
1	Sentra UKM dan Pusat Oleh-oleh	1. Melihat display produk UKM	1. Pengunjung Sentra UKM	Rak Display	10	80	40	32000	1	2	116700
		2. Melihat display infografis historis UKM	2. Karyawan Sentra UKM	Meja kasir	1	180	280	50400			
		3. Mengelilingi setiap area display UKM		Kursi kasir	2	50	50	5000			
		4. Berfoto didalam spot foto masing-masing area UKM		Stool	3	160	50	24000			
		5. Mendapat penjelasan dari guide tentang UKM		Coffe Table	1	40	40	1600			
		6. Menunggu di area tunggu		Credenza	1	50	30	1500			
		7. Membeli produk UKM		Rak totebag	1	110	20	2200			
		8. Melakukan Pembayaran									
2	Pusat kerajinan Batik dan textil	1. Melihat display produk UKM	1. Pengunjung Sentra UKM	Rak Display batik	3	200	8	4800	1	2	148900
		2. Mengelilingi setiap area display UKM	2. Karyawan Sentra UKM	Meja kasir	1	180	280	50400			
		3. Mendapat penjelasan dari guide		Kursi kasir	2	50	50	5000			



		tentang UKM									
		4. Menunggu di area tunggu		Stool	4	160	50	32000			
		5. Menunggu di area tunggu		Coffe Table	2	40	40	3200			
		6. Membeli produk UKM		Credenza 1	1	50	30	1500			
		7. Melakukan Pembayaran		Rak display DNI	3	280	50	42000			
				Rak display Dory	2	125	40	10000			
3	Lobby	1. Entrance area	1. Pengunjung Sentra UKM	Meja resepsionis	1	180	240	43200	1	2	80600
		2. Ruang tunggu	2. Karyawan Sentra UKM	Kursi Resepsionis	2	50	50	5000			
		3. Sirkulasi menuju lift dan tangga		Stool	4	50	50	10000			
		4. Sirkulasi menuju toilet dan ruang karyawan		Coffe Table	3	40	40	4800			
		4. Melihat infografis		Kursi tunggu	2	50	50	5000			
		5. Pusat Informasi		Spot infografis 1	1	280	30	8400			
				Spot infografis 2	1	140	30	4200			
4	Ruang Presentasi	1. Program workshop UKM dolly bagi pengunjung	1. Pengunjung Sentra UKM	Meja	24	70	100	168000	1	2	228000
		2. Ruang workshop untuk pelaku UKM	2. Karyawan Sentra UKM	Kursi	24	50	50	60000			
		3. Ruang presentasi									
5	Lobby lift dan tangga	1. Sirkulasi pengunjung	1. Pengunjung Sentra UKM	Signage	2	60	20	2400	1	2	2400



		2. Entrance menuju sentra ukm	2. Karyaw an Sentra UKM								
6	Toilet	1. Aktivitas MCK	1. Pengunj ung Sentra UKM	Washtafel	4	90	55	19800	1	2	35800
			2. Karyaw an Sentra UKM	Toilet duduk	5	52	40	10400			
				Toilet jongkok	1	70	45	3150			
				Urinoir	2	35	35	2450			
7	Ruang karyawan	1. Istirahat	1. Karyaw an Sentra UKM	Lemari Penyimpana n	1	50	100	5000	1	2	36600
		2. Manajerial Sentra UKM		Lemari Arsip	1	50	140	7000			
				Kursi kerja	2	50	50	5000			
				Meja kerja	2	70	140	19600			
8	Gudang	1. Menyimpan produk ukm	1. Karyaw an Sentra UKM	Lemari Penyimpana n	2	200	50	20000	1	2	20000
		2. Menyimpan barang sentra ukm									
		3. Menyimpan arsip									
Luas ruang yang dibutuhkan											669000
Sirkulasi 50%											334500
Total luas ruang yang dibutuhkan											1003500

Sumber : analisa perancang

Setelah melakukan perhitungan dengan menggunakan tabel analisa kebutuhan ruang maka didapatkan hasil luas ruang yang dibutuhkan untuk desain interior Ex-Wisma Barbara adalah sebesar 669000 cm^2 atau seluas $66,9 \text{ m}^2$ dengan penambahan sirkulasi sebesar 50% yaitu 334500 cm^2 atau sebesar $33,4 \text{ m}^2$ maka didapatkan total luas ruangan optimal untuk setiap fasilitas ruang pada desain interior Ex-Wisma Barbara adalah 1003500 cm^2 atau sebesar $100,3 \text{ m}^2$. Perhitungan ini nantinya akan digunakan pada program dan penataan lay out pada masing-masing ruang serta pada denah secara keseluruhan.



4.3 Hubungan Ruang

Studi hubungan ruang merupakan salah satu komponen pembentuk rancangan interior, tujuan dibuatnya hubungan ruang yaitu untuk menentukan zoning, penataan layout, sirkulasi, dan fasilitas rancangan. Data hubungan ruang bisa didapat melalui 2 cara yaitu dengan membuat Bubble Diagram (Gelembung-gelembung untuk mengetahui sirkulasi yang optimal untuk rancangan) dan Matriks hubungan ruang (membuat sebuah piramida dan menandai prioritas ruangan yang penting).

4.3.1 Matriks Hubungan Ruang



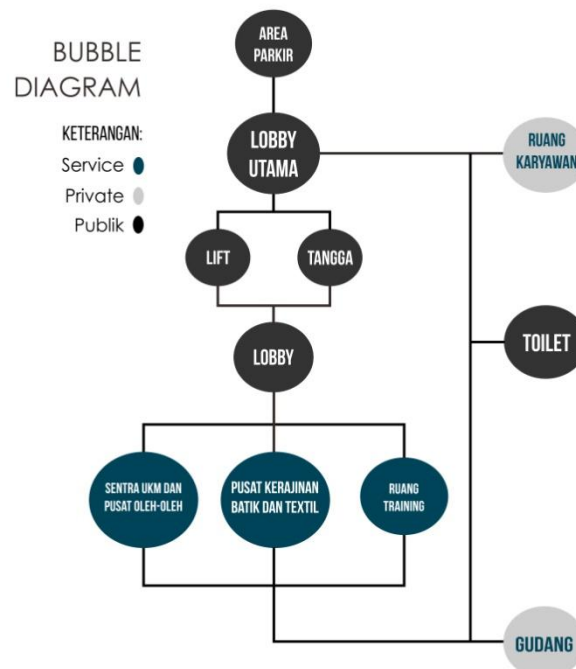
Gambar 4.1 Matriks Hubungan Ruang
Sumber : Karya Penulis

Dari Matriks yang di atas dapat disimpulkan bagaimana hubungan dan intensitas kegiatan antar ruang sehingga dapat diidentifikasi jarak antar ruang tersebut. Ruang lobby yang berada di tiap lantai memiliki hubungan ruang dengan intensitas paling tinggi dan paling banyak memiliki keterkaitan dengan ruang



lainnya karena ruang lobby ini memiliki peran sebagai area sirkulasi yang menghubungkan kan area satu dengan area lainnya, misalnya ketika ingin berkunjung ke Sentra UKM dan pusat oleh-oleh dari lobby utama maka kita bisa menggunakan lift atau tangga yang kemudian akan dihubungkan dengan lobby di lantai dua sebelum masuk ke ruang Sentra UKM dan pusat oleh-oleh tersebut, pola sirkulasi seperti ini juga diterapkan di ruang lainnya di tiap lantai yang berbeda.

4.3.2 Bubble Diagram



Gambar 4.2 Bubble Diagram

Sumber : Karya Penulis

Dari diagram diatas maka didapatkan sebuah sirkulasi dan kepadatan dari suatu ruangan, sehingga ruangan Lobby, Lift dan tangga memiliki jumlah kepadatan ruangan terbanyak maka ruangan ini sebaiknya didesain untuk bisa berfungsi dengan optimal. Lobby mempunyai ruangan turunan yang penting untuk mengakses fasilitas utama, yaitu Sentra UKM.



4.4 Analisa Data

4.4.1 Data

Dalam melakukan proses desain dan perencanaan dibutuhkan data-data yang valid untuk menunjang proses analisa. Data tersebut dibagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dari survey pada objek perancangan, data ini terdiri dari hasil observasi lapangan, dokumentasi, wawancara dan kuisioner. Data sekunder merupakan data yang didapat dari literatur, buku dan jurnal. Data-data yang sudah terkumpul nantinya akan dianalisa dan diambil suatu kesimpulan yang nantinya akan mengarah pada penyusunan konsep desain.

Pada desain dan perencanaan interior Ex-Wisma Barbara sebagai pusat pengembangan masyarakat, pengumpulan data primer dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu observasi terhadap kondisi objek, melakukan wawancara kepada narasumber terkait untuk mengetahui tentang keterbukaan warga terhadap pengembangan kawasan Jarak-Dolly kedepan, kondisi UKM, kondisi fasilitas pengembangan, dalam hal ini obyek yang dipilih adalah sentra UKM produk olahan makanan dan produk kerajinan batik dan textil dengan UKM eksisting adalah UKM binaan GMH (Gerakan Melukis Harapan) dan pengumpulan data melalui metode kuisioner dengan responden anak muda anggota dari organisasi kepemudaan (Gerakan melukis harapan) yang aktif untuk melakukan pengabdian masyarakat di kawasan Jarak-Dolly dan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan data dan informasi, maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam proses mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data kuisioner
2. Pengumpulan data observasi
3. Pengumpulan data wawancara

Sedangkan data-data yang dibutuhkan, variabel masalah, dan metode yang akan dilakukan untuk mendapatkan data-data tersebut adalah:

Tabel 4.3 Metode penelitian



NO	PERMASALAHAN	METODE PENELITIAN		
		OBSERVASI	WAWANCARA	KUISIONER
1	Profil Obyek Pembahasan:	Meminta data kepada pihak terkait		
	Profil Dolly			Mengajukan pertanyaan secara umum melalui kuisisioner
	Profil Wisma Barbara	Meminta data ke Dinas Cipta karya dan Tata Ruang Pemerintah Kota Surabaya		
	Profil UKM	Meminta data ke pengelola UKM dan pengurus Gerakan Melukis Harapan.		
2	Layout dan akses sirkulasi	Meminta data Layout ke Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Pemerintah Kota Surabaya		



		Melakukan observasi dan dokumentasi obyek		
3	Fasilitas	Melakukan observasi langsung ke rumah-rumah pengelola UKM	Melakukan wawancara mengenai kondisi setiap UKM	
4	Aktifitas	Melakukan observasi langsung ke rumah-rumah pengelola UKM dan rumah baca	Melakukan wawancara dengan pengelola UKM	
5	Ruang/fasilitas tambahan yang dibutuhkan		Melakukan wawancara dengan pengelola UKM	
6	Kebutuhan <i>Furniture</i>	Melakukan observasi langsung ke rumah-rumah pengelola UKM dan rumah baca		

Sumber : analisa perancang

4.4.2 Data Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan narasumber untuk mengetahui respon masyarakat tentang Kawasan dolly dan pemanfaatan Ex-Wisma Barbara. daftar pertanyaan yang diberikan yaitu:

- Data diri



- Pernahkah anda mengunjungi Kawasan Dolly?
- kapan terakhir kali anda mengunjungi kawasan dolly?
- Apakah anda mengetahui Penutupan kawasan lokalisasi dolly ditahun 2014 ?
- Apakah anda setuju adanya penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Setuju Alasan apa yang membuat anda menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Tidak setuju, Alasan apa yang membuat anda tidak menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly
- Paska penutupan, bidang apa yang menjadi prioritas untuk dibenahi?
- Paska penutupan, apakah anda mengetahui rencana pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata?
- Apakah anda setuju jika dolly menjadi kampung wisata?
- jika setuju, Jenis wisata apa yang cocok untuk kawasan dolly
- Apakah pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian kawasan dolly paska penutupan?
- Apakah anda mengetahui wisma barbara?
- Apa yang anda pikirkan ketika mendengar nama wisma barbara?
- Apakah anda mengetahui status wisma barbara yang sudah mejadi hak milik Pemkot Surabaya?
- Apakah anda setuju jika wisma barbara diredesign menjadi pusat pengembangan masyarakat?
- Jika setuju, Fasilitas apa yang harus dimiliki wisma barbara?
- Langgam desain mana yang menurut anda cocok untuk pengembangan dan pemanfaatan wisma barbara kedepan?

Kuisisioner diseber ke anggota Gerakan Melukis Harapan dan mahasiswa ITS, anggota Gerakan Melukis Harapan dipilih sebagai responden karena anggota gerakan melukis harapan sudah mengetahui kondisi kawasan Jarak-Dolly saat ini, sehingga harapannya responden bisa memilih pilihan yang dilatar belakang yang



sudah diketahui sebelumnya, mahasiswa ITS juga diminta untuk mengisi kuisisioner untuk mengetahui pengetahuan dan pendapat anak muda mengenai pengembangan kawasan Jarak-Dolly. Kuisisioner ini diambil ketika penulis menyusun latar belakang desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak Dolly di akhir tahun 2016. Jumlah Responden 30 dengan semua responden pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly.

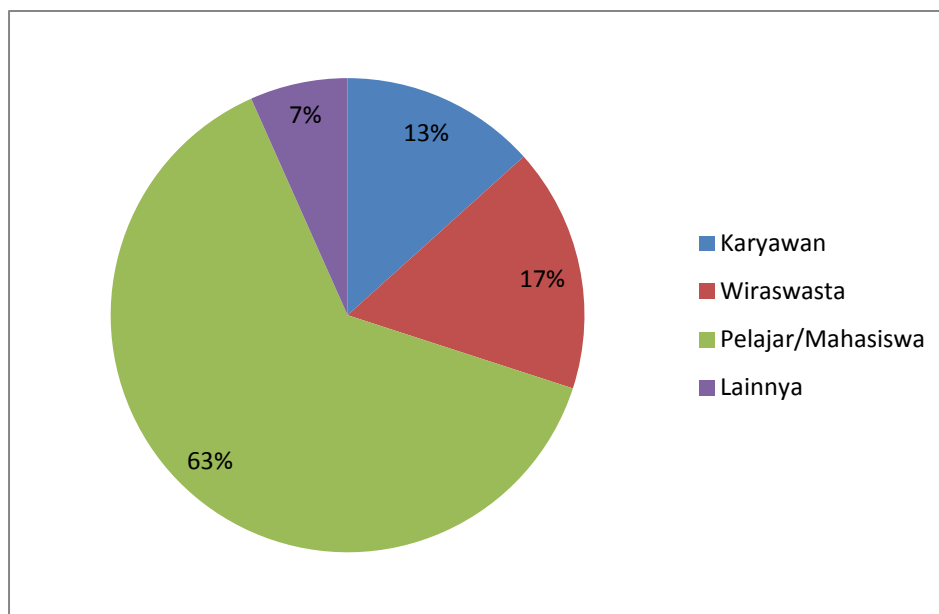
Data Kuisisioner

Responden : 30

Jenis kelamin :

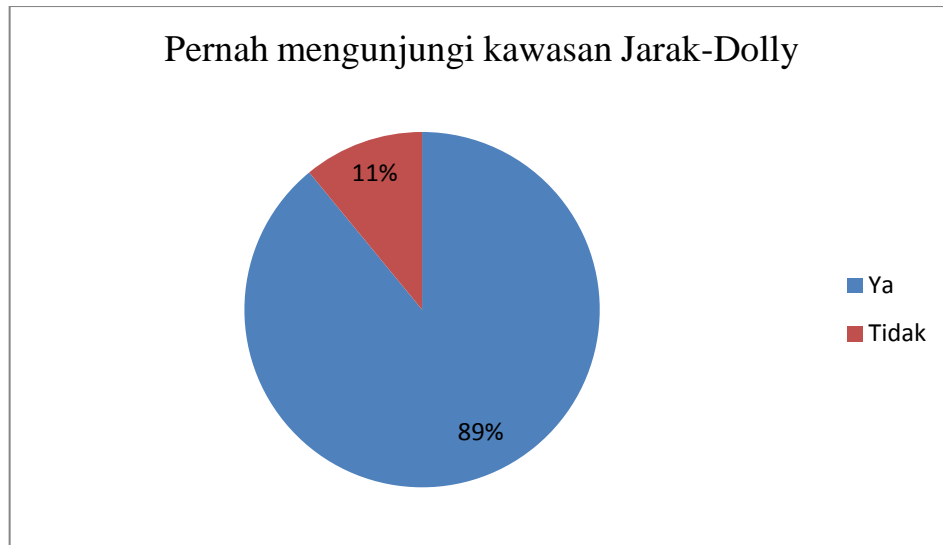
- Laki-Laki : 12
- Perempuan : 18

1. Latar belakang responden



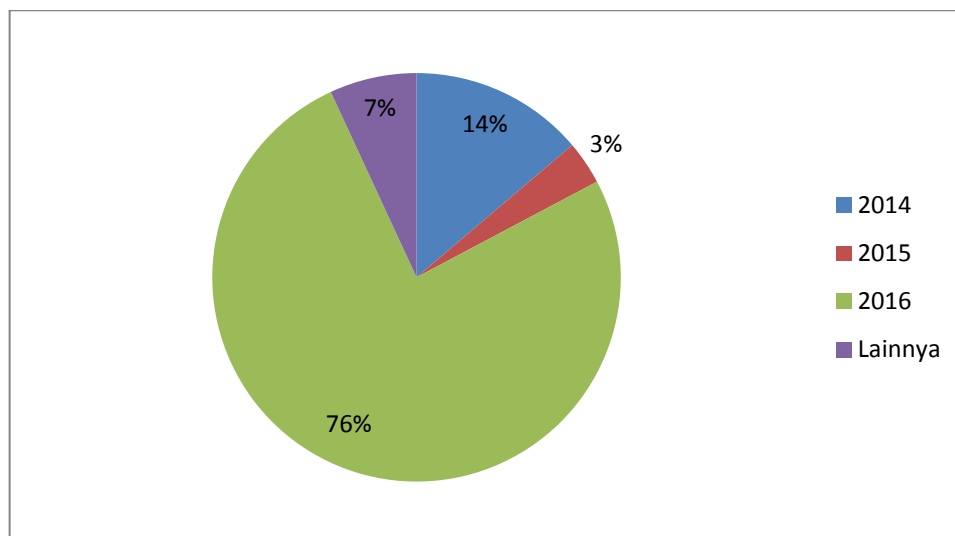
Gambar 4.3 Hasil kuisisioner latar belakang responden
Sumber : Karya Penulis

2. Pernahkah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly



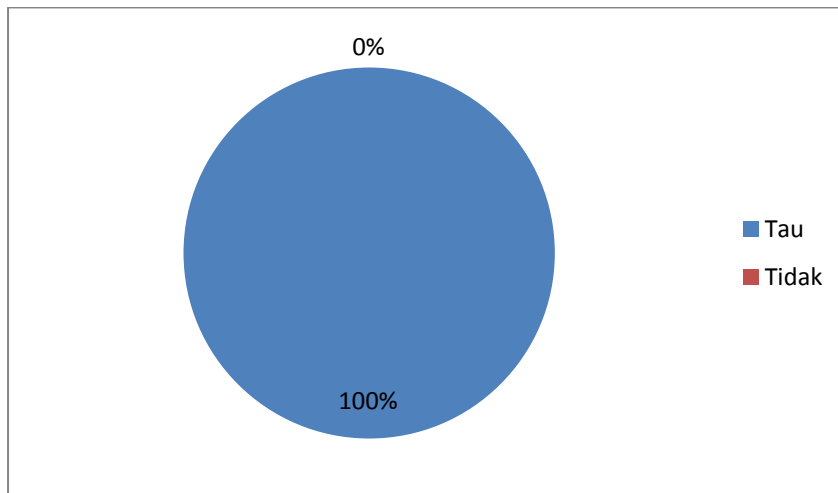
Gambar 4.4 Hasil kuisioner mengunjungi kawasan Jarak-Dolly
Sumber : Karya Penulis

3. Kapan terakhir kali mengunjungi kawasan Jarak-Dolly?



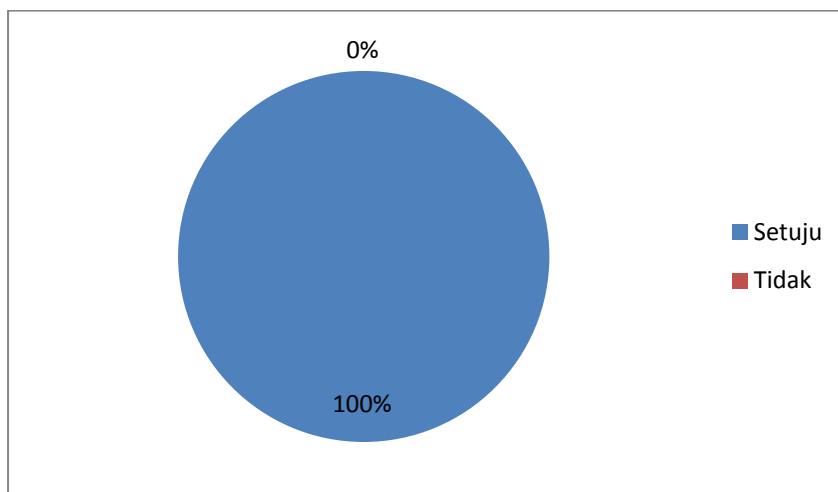
Gambar 4.5 Hasil kuisioner tahun mengunjungi Jarak-Dolly
Sumber : Karya Penulis

4. tahukah anda tentang penutupan kawasan Jarak-Dolly?



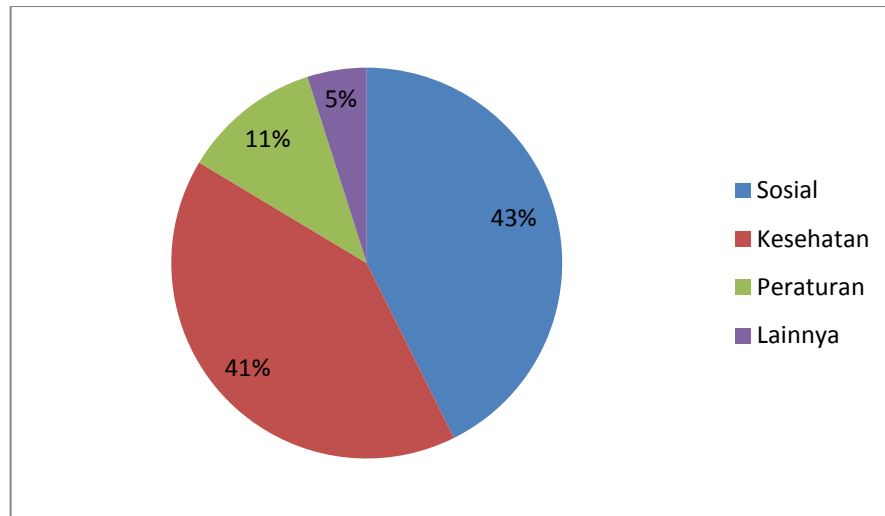
Gambar 4.6 Hasil kuisioner pengetahuan responden tentang penutupan
Sumber : Karya Penulis

5. Apakah anda setuju ditutupnya Kawasan Lokalisasi Dolly?



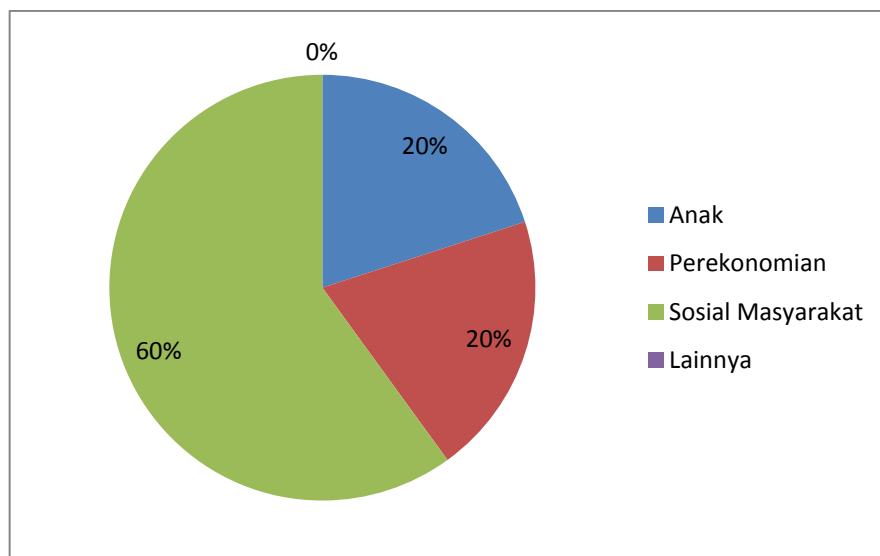
Gambar 4.7 Hasil kuisioner tentang setuju atau tidak terhadap penutupan
Sumber : Karya Penulis

6. Jika setuju, Alasan apa yang membuat anda menyetujui penutupan Kawasan Lokalisasi Dolly? (Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan)



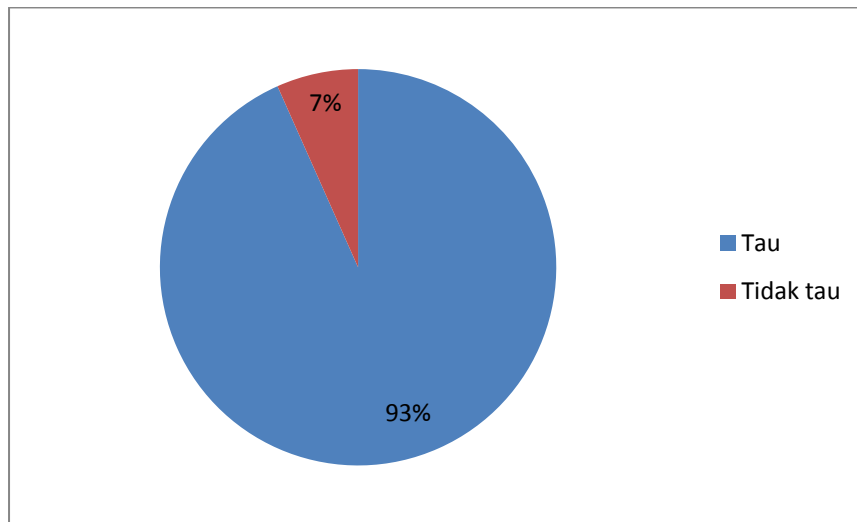
Gambar 4.8 Hasil kuisioner alasan setuju penutupan
Sumber : Karya Penulis

7. Setelah penutupan, bidang apa yang menjadi prioritas untuk dibenahi?



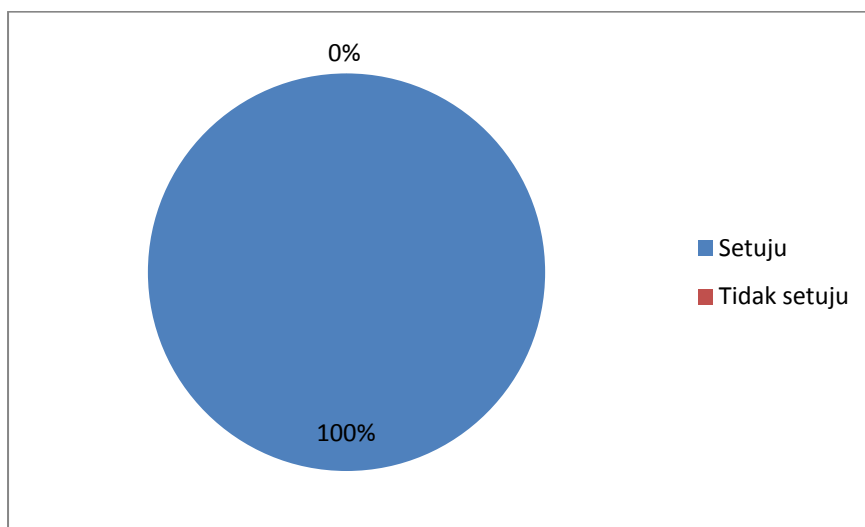
Gambar 4.9 Hasil kuisioner prioritas pembenahan
Sumber : Karya Penulis

8. Setelah penutupan, taukah anda tentang rencana pengembangan kawasan dolly menjadi obyek wisata?



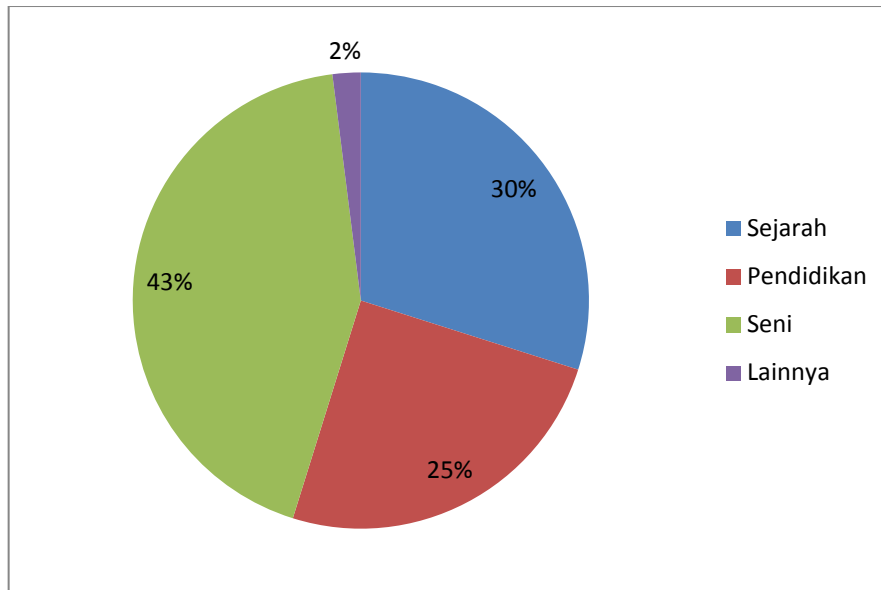
Gambar 4.10 Hasil kuisioner rencana pengembangan
Sumber : Karya Penulis

9. Apakah anda setuju jika Kawasan Dolly menjadi objek wisata?



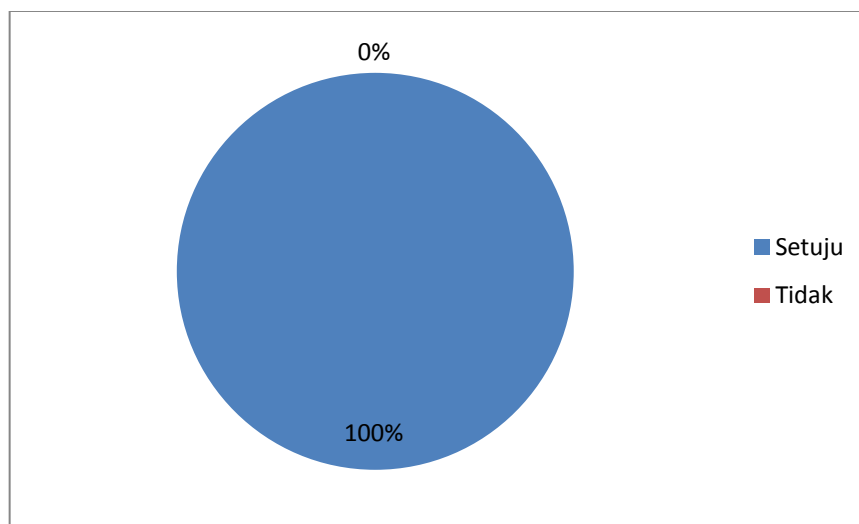
Gambar 4.11 Hasil kuisioner objek wisata
Sumber : Karya Penulis

10. Jika setuju, jenis wisata apa yang cocok untuk Kawasan Dolly? (Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan)



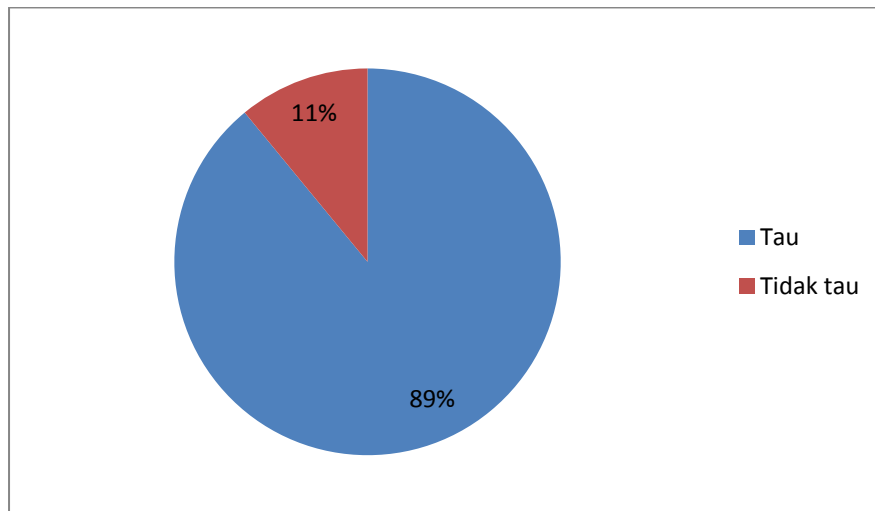
Gambar 4.12 Hasil kuisioner jenis wisata
Sumber : Karya Penulis

11. Apakah pengembangan obyek wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian Kawasan Dolly setelah penutupan?



Gambar 4.13 Hasil kuisioner pengaruh objek wisata mengunjungi Jarak-Dolly
Sumber : Karya Penulis

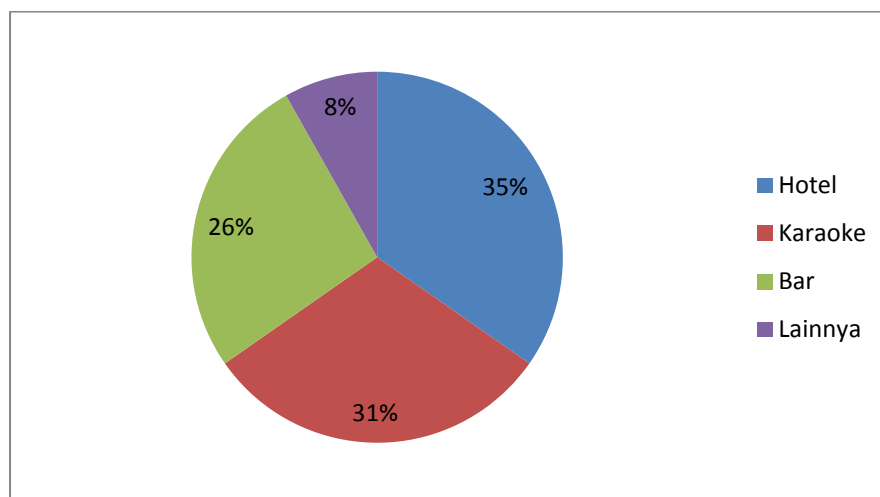
12. Apakah anda mengetahui Wisma Barbara?



Gambar 4.14 Hasil kuisioner pengetahuan wisma barbara
Sumber : Karya Penulis

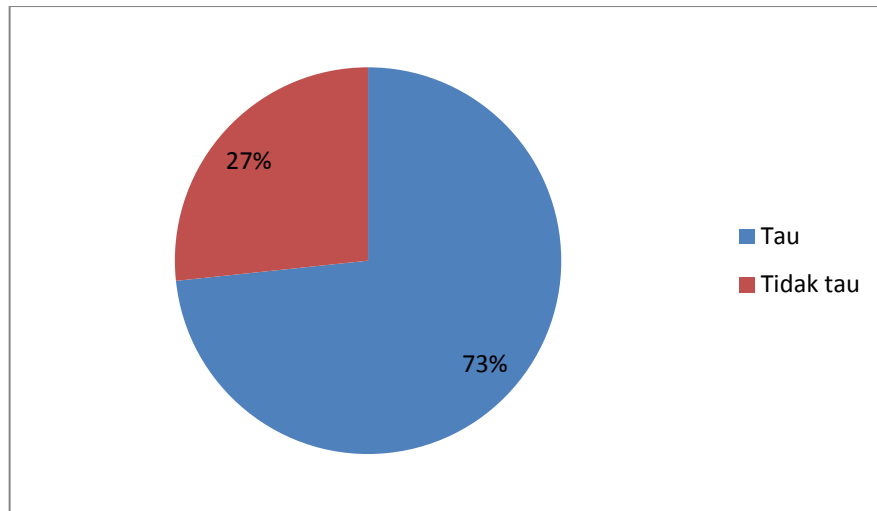
13. Apa yang anda pikirkan ketika mendengar nama Wisma Barbara?

Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan



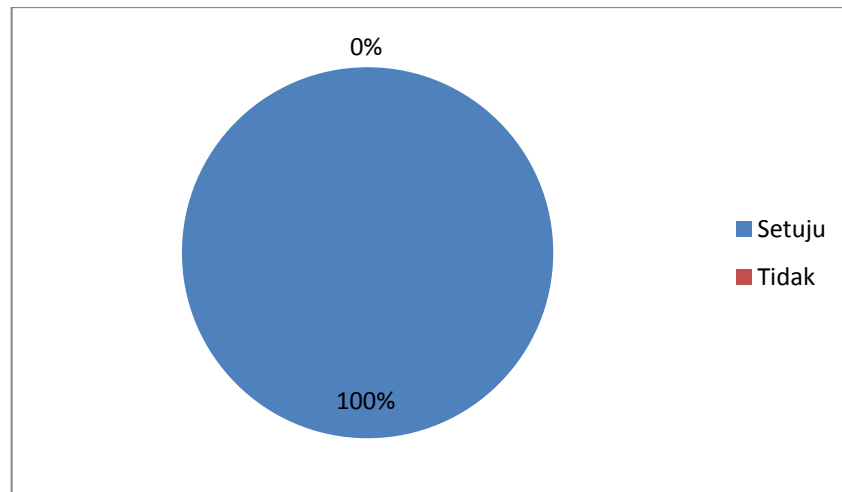
Gambar 4.15 Hasil kuisioner wisma barbara
Sumber : Karya Penulis

14. Apakah anda mengetahui status Wisma Barbara yang sudah mejadi milik Pemkot Surabaya?



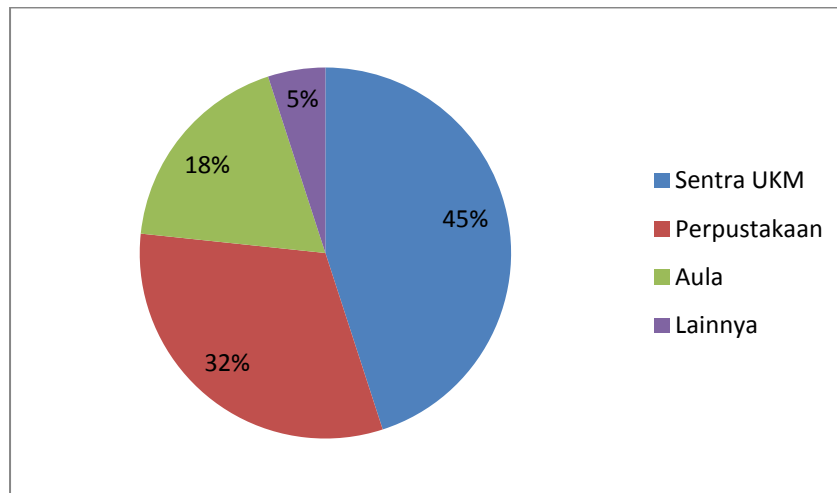
Gambar 4.16 Hasil kuisioner wisma barbara
Sumber : Karya Penulis

15. Apakah anda setuju jika wisma barbara di Desain menjadi pusat pengembangan masyarakat?



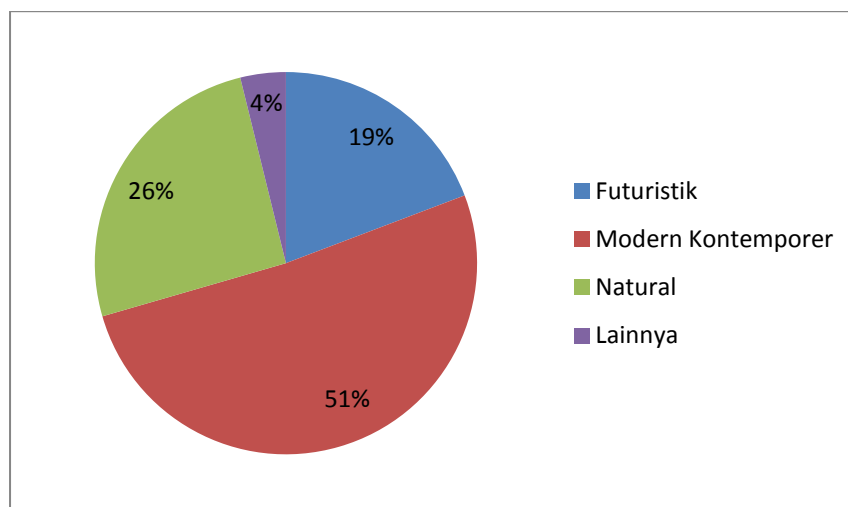
Gambar 4.17 Hasil kuisioner wisma barbara
Sumber : Karya Penulis

16. Jika setuju, Fasilitas apa yang ditambahkan pada Ex-Wisma Barbara?



Gambar 4.18 Hasil kuisioner fasilitas wisma barbara
Sumber : Karya Penulis

17. Laggam desain interior mana yang menurut anda cocok untuk desain Ex-Wisma Barbara kedepannya? (Catatan: Pilihan disertai gambar interior langgam)



Gambar 4.19 Hasil kuisioner tahun mengunjungi Jarak-Dolly
Sumber : Karya Penulis

Kesimpulan yang bisa didapat dari pilihan jawaban responden adalah:

- Mayoritas responden adalah mahasiswa dengan total 63% dari 30 orang responden, diurutan kedua adalah wiraswasta persentasi dengan 17%,



ketiga adalah karyawan dengan persentasi 13% dan terakhir adalah jenis pekerjaan lainnya dengan persentase 7%.

- 89% responden pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly
- Detail waktu kunjungan dari 89% responden yang pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly yaitu 76% responden mengunjungi kawasan di tahun 2016, 3% di tahun 2015, 14% ditahun 2014 dan 7% di tahun lainnya.
- 100% dari 30 responden mengetahui tentang adanya penutupan kawasan lokalisasi Jarak-Dolly
- 100% responden setuju terhadap adanya penutupan kawasan Jarak-Dolly
- 43% responden setuju penutupan karena alasan sosial, 41% karena alasan kesehatan, 11% karena alasan peraturan, dan 5% karena alasan lainnya misalnya moral dan agama.
- 60% responden memprioritaskan bidang sosial masyarakat untuk dibenahi setelah penutupan, 20% bidang perekonomian dan 20% bidang anak.
- 93% responden mengetahui rencana kawasan Jarak-Dolly akan dikembangkan menjadi objek wisata.
- dan 100% responden setuju terhadap rencana pengembanga Jarak-Dolly menjadi objek wisata.
- untuk pertanyaan mengenai jenis wisata apa yang cocok untuk kawasan Jarak-Dolly, 43% memilih bidang seni, 30% sejarah, 25% pendidikan dan 2% jenis wisata lainnya.
- 100% responden setuju pengembangan Jarak-Dolly menjadi objek wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian kawasan Jarak-Dolly.
- 89% responden mengetahui tentang Wisma Barbara
- Saat mendengar Wisma Barbara 35% memikirkan tentang hotel, 31% karaoke, 26% bar dan 8% untuk kata lainnya.
- 73% responden mengetahui Wisma Barbara sudah menjadi milik Pemerintah Kota Surabaya.
- 100% responden setuju Wisma Barbara menjadi bangunan pusat pengembangan masyarakat.



- untuk fasilitas yang akan ditambahkan 45% responden memilih Sentra UKM, 32% perpustakaan, 18% aula dan 5% pilihan fasilitas lainnya.
- Pemilihan langgam desain, 51% responden memilih langgam desain modern kontemporer, 26% natural, 19% futuristik dan 4% untuk pilihan langgam lainnya.

Hasil dari kuisioner tersebut akan menjadi latar belakang bagi penulis dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.

4.4.3 Data Survey / Studi Lapangan

Data *survey* merupakan data keadaan sebenarnya yang terdapat pada obyek riset. Data ini disebut data eksisting, yang didapat dari hasil pengamatan langsung pada obyek riset. Data ini berupa dokumen tertulis, foto dokumentasi, dan data-data lain, yaitu:

4.4.1 Ex-Wisma Barbara

- a. Nama Obyek : Gedung Ex-Wisma Barbara.
- b. Lokasi Obyek : Kupang Gunung Timur I / 20-22
Surabaya, Jawa Timur - Indonesia
- c. Sejarah Obyek

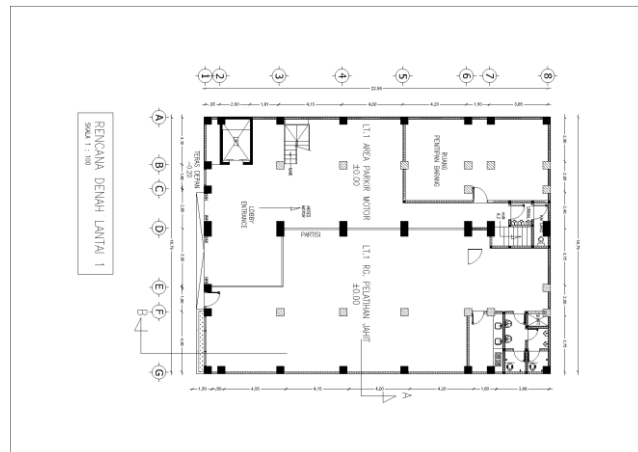
Dalam sejarahnya wisma Barbara adalah wisma pertama yang dibangun di kawasan Jarak-Dolly. wisma Barbara mulai beroperasi pada tahun 1967 oleh Dolly Khavit, seorang perempuan yang konon bekas PSK. Ia membuka usaha pelacuran dengan mengangkat mucikari dari Kampung Cemoro Sewu dan membangun wisma Barbara tersebut. Wisma Barbara kemudian memulai berdirinya wisma lain dan akhirnya di awal tahun 1970-an perkampungan itu berubah nama menjadi Gang Dolly.

- e. Spesifikasi Obyek: - Memiliki 6 lantai
 - Memiliki lift
 - Memiliki Area Parkir
 - Memiliki ruang yang belum difungsikan



- Memiliki pos penjagaan

f. Denah eksisting



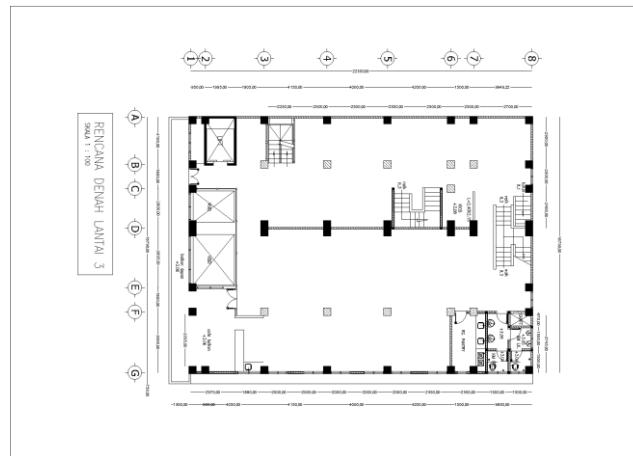
Gambar 4.20 Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 1

Sumber : Karya Perancang



Gambar 4.21 Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 2

Sumber : Karya Perancang



Gambar 4.22 Denah Eksisting Ex-Wisma Barbara Lantai 3

Sumber : Karya Perancang

Analisa terhadap denah eksisting Ex-Wisma Barbara antara lain ruangan yang kosong dan belum dibagi untuk fungsi tertentu akan membantu tahapan proses desain dalam kebebasan untuk melakukan zoning pada ruang sesuai dengan kebutuhan yang ada. Area bukaan pencahayaan dan penghawaan masih minim dan hanya terdapat bukaan-bukaan kecil untuk masuknya cahaya di kiri dan kanan bangunan, bukaan pencahayaan dan penghawaan bangunan dominan terdapat pada bagian depan bangunan. Terdapat banyaknya kolom kecil ditengah ruangan akan sedikit mempersulit tahapan pembagian zoning ruang. Tangga yang terdapat pada eksisting belum ergonomis, kerana memiliki pijakan yang tinggi dan lebar tangga yang sempit. Fasilitas toilet sudah terdapat pada eksisting bangunan, namun masih berukuran kecil dan hanya terdapat dilantai 1. Saat ini lantai yang sudah difungsikan adalah lantai 1 saja dan Difungsikan sebagai area parkir dan workshop UKM sepatu kulit, dibawah bimbingan Pemerintah Kota Surabaya.

g. Foto Fasad Bangunan Obyek



Gambar 4.23 Foto fasad bangunan Gedung Ex-Wisma Barbara
Sumber : http://www2.jawapos.com/jppic/7211_5764_X-wisama-barbara-frizal.jpg (Akses : 19/12/2017, 22:52 WIB)

Analisa terhadap foto fasad bangunan Ex-Wisma Barbara antara lain bangunan langsung menghadap badan jalan, berseblahan langsung dengan bangunan dikiri dan kanannya. Bukaan pencahayaan dan penghawaan bangunan terdapat dibagian depan bangunan dan terdapat disetiap lantai. Bangunan asli memiliki arsitektur yang tertutup. Bangunan memiliki struktur dengan banyak kolom ditengah bangunan.

. h. Foto Arsitektur dan Interior Bangunan



Gambar 4.24 Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara
Sumber : Dokumentasi perancang

Analisa terhadap interior bangunan Ex-Wisma Barbara, kondisi saat ini bangunan sedang tahap renovasi, dari 6 lantai tinggal 1 lantai yang belum selesai,



yaitu lantai 2. Menurut Wawancara dengan Perwakilan Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang, proyek saat ini adalah penguatan fondasi dan perombakan ruang. Interior Wisma Barbara, yang dulunya berupa sebuah bar dan kamar-kamar, kemudian dirombak menjadi kondisi saat ini. Saat ini interior bangunan yang sudah selesai direnovasi telah difinishing dengan cat putih, sudah dipasang cieling gybsum dengan cat putih dan telah dipasang rencana lampu. Daya dukung pencahayaan buatan sangat diperlukan mengingat pencahayaan alami hanya masuk dari depan bangunan.



Gambar 4.25 Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara
Sumber : Dokumentasi perancang



Gambar 4.26 Interior Eksisting Ex-Wisma Barbara
Sumber : Dokumentasi Perancang

Menurut Informasi yang disampaikan oleh perwakilan Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang, Pemerintah Kota Surabaya sudah memiliki rencana dalam



pemanfaatan gedung Ex-Wisma barbara ini, dalam rencana pemerintah kota, wisma barbara akan dimanfaatkan sebagai pasar modern, sentra kuliner dan aula sebagai pusat pengembangan masyarakat. Gambar 4.7 adalah stand dari sentra kuliner yang sudah selesai dibangun dilantai 3 disalah satu sisi ruangan. Namun proyek ini menurut perwakilan Dinas Cipta Karya Karya dan Tata Ruang saat ini dihentikan dan proyek difokuskan pada renovasi ruangan. Proyek dihentikan karena adanya pertimbangan untuk mengkaji kembali alih fungsi bangunan Ex-Wisma Barbara, contoh nya pemanfaatan lantai 2 sebagai pasar modern, dirasa harus dikaji kembali mengingat pertimbangan lokasi Ex-Wisma Barbara dan daya dukung yang ada.

Saat ini lantai yang sudah difungsikan adalah lantai 1, yang difungsikan sebagai Workshop UKM Sepatu Kulit, dan area parkir. Area workshop berisi peralatan-peralatan menjahit dengan 1 kamar mandi dan area penyimpanan di belakang ruangan. Pada area parkir terdapat lift dikiri pintu masuk parkiran.

i. Matriks hubungan ruang

Matriks hubungan ruang menunjukkan hubungan setiap ruangan yang ada di kondisi eksisting wisma barbara saat ini. Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, saat ini wisma barbara belum dialihfungsikan dan sedang dalam proses renovasi, mulai dari lantai 2 hingga lantai 6. Namun di lantai 1 ex-wisma barbara terdapat area workshop sementara UKM sepatu kulit yang sebelumnya sudah mampu memproduksi sepatu sendiri dan salah satu penggunanya adalah ibu walikota Surabaya, Ibu Risma. Sebelumnya di area lantai 1 ini terdapat ruang sementara untuk BLC namun sekarang BLC tersebut dipindahkan ke bangunan lain, berikut ini adalah matriks hubungan ruang sederhana yang terdapat pada eksisting wisma barbara saat ini.



Matriks hubungan ruang

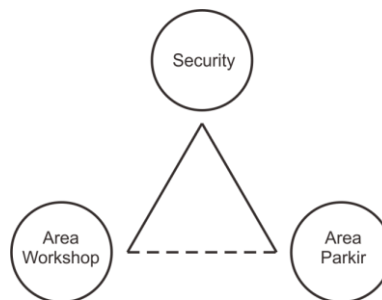


Keterangan:

- Berhubungan ●
- Sebaiknya berhubungan ●
- Tidak berhubungan ●

Gambar 4.27 Matriks hubungan ruang
Sumber : Karya Perancang

i. Interaction Net



Keterangan:

- Berhubungan
- Sebaiknya berhubungan
- Tidak berhubungan

Gambar 4.28 hubungan ruang eksisting
Sumber : Karya Perancang

4.4.4 Data UKM Binaan Gerakan Melukis Harapan

Berikut ini adalah data-data dari UKM yang akan menjadi target dan sasaran dari adanya pengembangan ex-Wisma Barbara sebagai pusat pengembangan masyarakat, khususnya sebagai Sentra UKM bagi UKM di kawasan Jarak-Dolly, saat ini terdapat beberapa UKM yang dibina oleh pemkot, lembaga swadaya masyarakat, baik Gerakan Melukis Harapan atau lsm lainnya. Namun untuk mempermudah dan memperjelas sasaran dari solusi yang akan diberikan dalam desain ex-wisma barbara ini penulis mengkrucutkan UKM yang akan menjadi sasaran dari pengembangan dan alih fungsi wisma barbara adalah



UKM-UKM binaan dari gerakan melukis harapan, UKM-UKM tersebut diantaranya:

- Samijali (Samiler Jarak-Dolly)
- Orummy / Oseki
- Tempe Bang Jarwo
- Catering Dolly
- Dory (Dolly Story), UKM yang memproduksi kaos dan sablon tentang Jarak-Dolly
- Batik Jarak Arum

4.4.4.1 Samijali

Penanggung Jawab GMH : Piala
Nama usaha : SAMIJALI
Tahun berdiri usaha : April 2015 (penjualan pertama)
Lokasi usaha : Produksi: Jl. Putat Jaya Gang 4a RT 11 RW 3 Kel
Putat Jaya Kec Sawahan
Marketing Office/Store : Jl. Klampis Sacarosa No. 51 Sukolilo Surabaya,
Jawa Timur
Omset dan profit : per bulan 2 juta hingga 7 juta

SAMIJALI (Samiler Jarak-Dolly) adalah sebuah produk oleh - oleh khas eks lokalisasi Dolly Sby yang sekaligus menjadi produk ikon kebangkitan atau perubahan positif di gang dolly pasca penutupan lokalisasi Jarak dan Dolly tgl 18 Juni 2014 lalu.



Gambar 4.29 Foto dan keterangan produk
Sumber : Data GMH

SAMIJALI ini adalah kerupuk samiler (singkong) yg diinovasikan sedemikian rupa menjadi produk camilan (oleh – oleh) yg lebih bernilai dan diinginkan oleh pasar saat ini. Tersedia dalam 4 varian rasa (balado, sapi panggang, keju dan original) dan 3 ukuran (*small*, *medium* dan *large*). Masyarakat/kelompok warga yang terlibat disini tentu adalah ibu - ibu warga binaan RT 11 RW 3 (Jl. Putat Jaya Gang 4a) Kel Putat Jaya, Kec Sawahan Surabaya yang terdiri dari 8 orang.

4.4.4.2 Tempe Bang Jarwo

Penanggung Jawab GMH : Mustofa Sam
Nama usaha : Tempe Bang Jarwo
Tahun berdiri usaha : Oktober, 2014
Lokasi usaha : -
Produksi : Kupang gunung tembusan 2/6 Putat Jaya,
Surabaya
omset dan profit : 7.000.000 s/d 8.000.000



Tempe Bang Jarwo merupakan tempe racikan asli warga dolly yaitu bang jarwo dan istri nya mba eva. Makanan ini terbuat dari fermentasi dengan bahan 100 % kedelai lokal murni tanpa campuran bahan yang lain. Tempe bang jarwo menggunakan kemasan berbahan plastik dan mempunyai sticker atau identitas khusus dalam penjualannya dengan design yang menarik. Untuk selanjutnya bang jarwo bukan hanya membuat tempe mentah saja namun akan membuat produk turunan dari tempe seperti keripik tempe dengan rasa-rasa yang menarik untuk dibeli. Saat ini bang jarwo berjualan menggunakan sepeda berkeliling dari rumah ke rumah di sekitar daerah putat jaya.



Gambar 4.30 Foto produk tempe bang jarwo
Sumber : Data GMH

4.4.4.3 UKM Orumi/Oseki

Penanggung Jawab GMH	: Mohammad Iqbal mahardika
Nama usaha	: Oseki
Tahun berdiri usaha	: 2016
Lokasi usaha	: -
Produksi	: Jl. Putat Jaya Gang 3a RT 3 RW 3 Kel Putat Jaya Kec Sawahan
Omset dan profit	: -
Marketing Office/Store	: Jl. Klampis Sacarosa No. 51 Sukolilo Surabaya, Jawa Timur



OSEKI (Olahan Seaweed Jarak-Dolly) adalah sebuah produk minuman olahan rumput laut yang yang dijual oleh warga terdampak pasca penutupan lokalisasi Jarak dan Dolly tgl 18 Juni 2014 lalu. Oseki adalah minuman berbahan dasar rumput laut yang diinovasikan agar dapat memberikan rasa segar sekaligus penunda lapar.



Gambar 4.31 logo oseki

Sumber : Data GMH

Saat ini produk ini masih dalam tahap pengembangan varian rasa serta resep yang sesuai dengan selera semua orang. Masyarakat/kelompok warga yang terlibat disini tentu adalah UMKM Inokam ibu - ibu warga binaan RT 3 RW 3 (Jl. Putat Jaya Gang 3a) Kel Putat Jaya, Kec Sawahan Surabaya yang terdiri dari 4 orang.

4.4.4.4 Dory (Dolly Story)

Nama Lengkap	: Maulana Akbar
Nama usaha	: Sablon Kaos
Tahun berdiri usaha	: 2016
Lokasi usaha	: -
Produksi	: Jl. Putat Jaya Gang 2a Kel Putat Jaya Kec Sawahan



Omset dan profit : -

Marketing Office/Store : Jl. Klampis Sacarosa No. 51 Sukolilo Surabaya,
Jawa Timur (sekretariat Gerakan Melukis Harapan)

Kaos DORY (Dolly Story) adalah sebuah produk oleh - oleh khas eks lokalisasi Dolly Sby berupa kaos yang sekaligus menjadi produk "ikon kebangkitan / perubahan" dengan tema kisah perjalanan Dolly sejak dulu, hingga kini. Masyarakat yang terlibat dalam Kaos Dory diantaranya adalah mas arif dari Putat Jaya gg 2, sebelumnya memiliki usaha konbeksi dan sablon



Gambar 4.32 Produk Dory

Sumber : Data GMH

4.2.2.5 Catering Dolly

Nama Lengkap : Ra'an Shalihan

Nama usaha : Catering Dolly

Tahun berdiri usaha : 2016

Lokasi usaha : Putat jaya Timur C Gang 2 RT 5 RW 12

Omset dan profit : per bulan 1,5 juta hingga 2 juta

Catering Dolly adalah usaha warga Dolly dibidang kuliner yang di dampingi oleh anak-anak muda yang tergerak hatinya dan peduli untuk melakukan perubahan dolly yang lebih baik. Usaha yang mulai berdiri di tahun 2016 ini merupakan bentuk usaha yang muncul pasca penutupan Dolly tahun 2014 yang mana banyak dari warga Dolly yang kehilangan sumber



pendapatannya. Catering Dolly sendiri hadir dengan menawarkan pilihan paket catering yang bervariasi untuk berbagai keperluan mulai dari meeting, seminar, pesta, acara kantor dll. Dengan hadirnya Catering Dolly ini diharapkan dapat memperbaiki kondisi ekonomi warga Dolly yang melemah pasca penutupan daerah lokalisasi.

4.4.4.5 Batik Jarak Arum dan DNI

Batik Jarak Arum adalah UKM binaan baru bagi gerakan melukis harapan, GMH membantu mengembangkan Batik Jarak Arum yang sebelumnya sudah terlebih dahulu ada untuk memperbaiki manajemen usaha, membrainstorming motif baru yang inovatif dan pengembangan varian produk baru dari batik jarak arum, salah satu varian produk yang sudah dihasilkan dari pembinaan GMH ke batik jarak arum adalah brand DNI yang sudah mengikuti beberapa event fashion show di pertengahan tahun 2017 ini.



Gambar 4.33 tim DNI bersama para model

Sumber : Media Sosial DNI



Gambar 4.34 Peluncuran DNI di media Sosial.

Sumber : Media Sosial DNI



Gambar 4.35 Fashion Show yang diikuti DNI.

Sumber : Media Sosial DNI



4.4.5 Data Wawancara

Pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan penulis ketika melakukan kunjungan dan observasi ke tempat-tempat terkait, beberapa diantaranya.

Tanya jawab singkat dengan perwakilan Dinas Cipta Karya Dan Tata Ruang Pemerintah Kota Surabaya. (pertanyaan dan jawaban)

Penulis : Apa rancana pemerintah kota terhadap bangunan ex-wisma barbara?

Narasumber : Pemerintah kota sudah memiliki rencana untuk bangunan ex-Wisma Barbara, rencana pemerintah kota adalah bangunan wisma barbara nantinya akan difungsikan untuk beberapa fungsi. Dilantai 2 dan 3 direncanakan untuk pasar Modern, yang terdiri dari pasar modern pusat oleh-oleh dan kerajinan, nantinya akan terdapat kios-kios berjejeran seperti pasar modern pada umumnya. pada lantai 4 terdapat food court dan dilantai 5 terdapat BLC dan perpustakaan dan dilantai 5 terdapat aula untuk keperluan masyarakat Jarak-Dolly.

Penulis: Apakah rencana desain tersebut sudah direalisasikan

Narasumber: Saat ini proyek tersebut dihentikan karen ada permasalahan di proyek renovasi, jadi proyek renovasi didahulukan. Untuk penerapan rencana diatas juga masih didiskusikan kembali oleh dinasi PU dan cipta karya.

Penulis: Apakah ada kendala atau masalah dalam penerapan rencana tersebut ke bangunan wisma barbara nantinya?

Narasumber: Pertimbangannya adalah cocok apa tidaknya nantinya jika bangunan wisma akan diterapkan menjadi pasar modern karena adanya pertimbangan lokasi saat ini yang masih dalam tahap awal dan perencanaan. Karena jika sudah direalisasikan sekarang takutnya pasar modernnya akan sepi dan tidak ada penjual yang berminat.

Penulis: dari cerita bapak proyek apa yang sedang dilakukan di gedung ex-Wisma Barbara?



Narasumber: Proyek saat ini adalah renovasi dan penguatan konstruksi . Kamar-kamar yang ada dilantai 2 dibongkar dan akan menjadi ruangan kosong. jadi nanti akan mudah untuk dibagi menjadi fungsi ruangan yang baru.

Data tanya jawab singkat dengan Mbak Piala, Koordinator Melukis Harapan bidang bisnis sosial samijali

Penulis: Bagaimana kondisi UKM di dolly saat ini mbak?

Narasumber: Saat ini gmh sedang membina UKM-UKM baru dikabasan Jarak-Dolly, kondisinya UKM masih baru berdiri, jadi para pelaku UKM dari masyarakat dolly masih harus dibina, mulai dari management nya, teknisnya. administrasi dan hal lain.

Penulis: Bagaimana perkembangan UKM-UKM tersebut

Narasumber: Masih ada masalah-masalah yang kebanyakan berasal dari para pelaku UKM karena kebanyakan mereka masih baru untuk memulai sebuah bisnis. Gerakan Melukis harapan juga akan konsisten dalam membina dan puji syukur setiap harinya menunjukkan perkembangan.

Penulis: Apa kendala di UKM-UKM tersebut

Narasumber: Kendala UKM saat ini lebih banyak di kemampuan para pelaku UKM nya yang masih harus dibina karena mereka baru memulai bisnis tersebut.Dan saat ini UKM-UKM masih belum memiliki fasilitas untuk menjual produk mereka dan juga masih terbatas dalam fasilitas produksi

Penulis: Mbak adalah koordinator UKM Samijali, Bisa dijelaskan sedikit tentang UKM tersebut mbak?

Narasumber: Samijali adalah UKM yang pertama kali ada di kawasan dolly, dan GMH sudah masuk dari awal UKM ini terbentuk. Samijali saat ini menjual produk samiler, dan memiliki rencana kedepan untuk menjual produk lain.



Setelah melalui beberapa proses dan kendala, saat ini samijali sudah dinikmati dan cukup dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat kota surabaya.

Panulis: Adakah kendala dalam UKM Samijali?

Narasumber: Saat ini kendalanya lebih banyak di internal pelaku samijali, misalnya masalah koordinasi internal dan sejenis. Saat ini juga sedang mencari tools marketing untuk penjualan produk

Penulis: Apakah samijali sudah memiliki fasilitas untuk menjual produk

Narasumber: saat ini samijali sudah bekerja sama dengan tempat penjualan oleh-oleh misalnya lapis surabaya, bekerjasama dengan kelas tecnopreneur ITS, media sosial, dan balai RT di kampung samijali

Penulis: apakah samijali sudah memiliki tempat penjualan sendiri dikawasan Dolly dalam mendukung rencana dolly sebagai kampung wisata kedepannya.

Narasumber: belum ada, saat ini samijali dipinjam Balai RT yang juga digunakan jika ada yang berkunjung dan ingin membeli produk, namun posisi balai RT masih jauh dari jalan utama, dan tetap harus menyesuaikan jika ada agenda masyarakat sekitar.

Penulis: apakah mbak setuju jika ada tempat dikawasan Jarak-Dolly yang khusus menjual produk ukm masyarakat Jarak-Dolly

Narasumber: Setuju, karena saat ini memang belum ada, jika ada hal itu bisa membantu dan meningkatkan galiat ukm masyarakat Jarak-Dolly

Penulis: jika direalisasikan, area *display* apa yang dibutuhkan oleh UKM samijali?

Narasumber: Tidak ada desain khusus, yang penting terdapat fasilitas untuk menata produk samijali yang menarik. misalnya lemari atau rak, kursi atau meja signage, dan kebutuhan publikasi lainnya



Dokumentasi diatas adalah sedikit dokumentasi interaksi penulis dengan masyarakat Jarak-Dolly, Selama proses tersebut penulis dibantu oleh gerakan melukis harapan yang sekaligus organisasi yang diikuti oleh penulis saat ini, dalam mengaplikasikan minat terhadap pengabdian masyarakat dan keilmuan desain Interior.

4.5 Konsep Desain Makro

Konsep makro yang diterapkan pada interior Ex-Wisma Barbara bersumber pada penyelesaian permasalahan yang terjadi pada objek desain dan gambaran pengembangan kawasan Jarak-Dolly kedepan. Dari analisa yang dilakukan terdapat tiga nilai yang diangkat pada penerapan desain kali ini, pertama adalah nilai Edukatif, kedua adalah pembinaan dan yang ketiga yaitu kepahlawanan. dari 3 nilai yang akan diangkat penulis kemudian merumuskan konsep dan tema desain yang akan diterapkan. Konsep yang akan diterapkan pada Sentra UKM Jarak-Dolly adalah konsep desain dengan nilai Kampung Pahlawan Jarak-Dolly. Konsep desain Kampung Pahlawan Jarak-Dolly akan dijabarkan melalui 3 nilai.

4.5.1 Aplikasi nilai edukatif

A. Infografis dan signage edukatif



Gambar 4.36 Contoh infografis informatif dan edukatif
Sumber : Dokumentasi Perancang

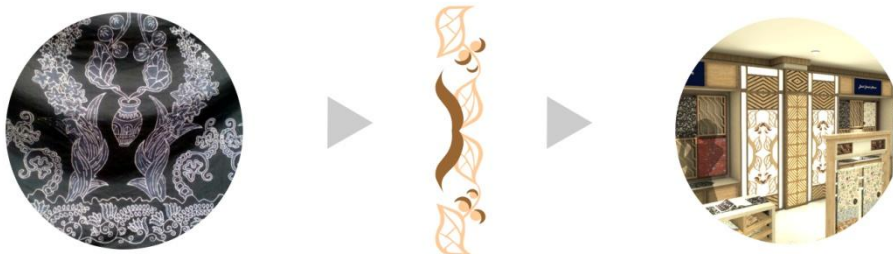


Infografis dan signage akan menyampaikan materi-materi edukatif dengan desain yang menarik tentang UKM, Gang Dolly, dan Kota Surabaya. selain itu infografis juga akan membawa pengunjung masuk kedalam suasana kawasan Jarak-dolly khususnya kampung-kampung eduwisata yang suasananya langsung dihadirkan di dalam sentra UKM.

B. Elemen estetis transformatif

Elemen estetis yang diaplikasikan tidak hanya elemen estetis yang menambah estatika saja, namun memiliki latar belakang transformasi budaya setempat. Pengaplikasiannya dengan penggunaan Elemen estetis berasal dari transformasi bentuk gapura dan transformas bentuk daun jarak serta motif batik jarak arum.

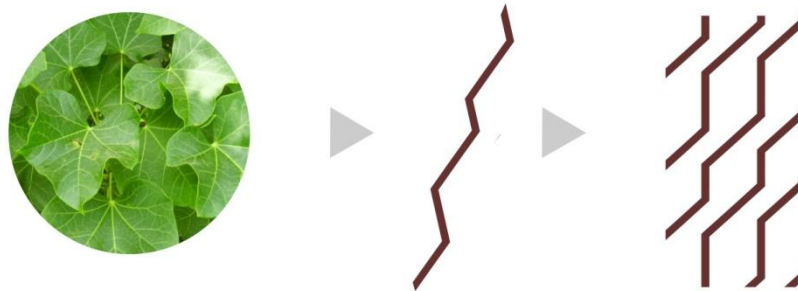
- Proses transformasi desain bentuk batik



Gambar 4.37 Transformasi bentuk motif batik
Sumber : Dokumentasi Perancang

Penulis menganalisa bentuk motif kain batik jarak arum, kemudian salah satu bentuk motif batik pada kain ditransformasikan menjadi bentuk yang lebih sederhana. Bentuk penyederhanaan tersebut kemudian diterapkan pada elemen estetis dan direalisasikan dengan material yang tepat.

- Proses transformasi desain bentuk batik



Gambar 4.38 Transformasi bentuk daun jarak
Sumber : Dokumentasi Perancang

Sama seperti transformasi motif batik, Penulis menganalisa bentuk daun jarak yang merupakan tanaman yang menjadi cikal bakal nama kawasan Jarak-Dolly, bentuk daun jarak kemudian disederhanakan. Bentuk penyederhanaan tersebut kemudian diterapkan pada elemen estetis dan direalisasikan dengan material yang tepat.

4.5.2 Aplikasi nilai pembinaan

A. Program dan Fasilitas Ruang



Gambar 4.39 Dokumentasi sentra UKM

Sumber : http://www.jvi.org/fileadmin/_processed_/csm_Workshop_Room_3_12f5e48bd2.jpg (Akses : 18/02/17 20.38 WIB)

Tersedianya fasilitas ruang yang berperan dalam mengembangkan masyarakat Jarak-Dolly dan pengunjung, Didalam wisama barbara tidak hanya menjadi fasilitas yang memiliki pola hubungan 1 arah, namun akan ada program yang sifatnya 2 arah dan membangun komunikasi antara Sentra UKM dengan



pengunjung, misalnya melalui program Workshop bagi anak-anak dan pengunjung, Nonton film dokumenter dan program lainnya.

B. Program daya dukung lingkungan



Gambar 4.40 Dokumentasi Gang kawasan Jarak-Dolly
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

Dampak adanya sentra UKM Ex-Wisma Barbara akan dirasakan oleh masyarakat di kawan Jarak-Dolly, wisma barbara akan membangun sebuah sistem eduwisata dimana pengunjung tidak hanya merasakan pengalaman di wisma barbara, tapi akan terhubung ke kampung-kampung eduwisata dikawasan Jarak-Dolly. Desain interior Sentra UKM akan mengenalkan lingkungan Jarak-Dolly saat ini khususnya pasca penutupan melalui elemen-elemen estetis yang diterapkan

4.5.3 Aplikasi nilai Historis



Gambar 4.41 Infografis UKM Samijali
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

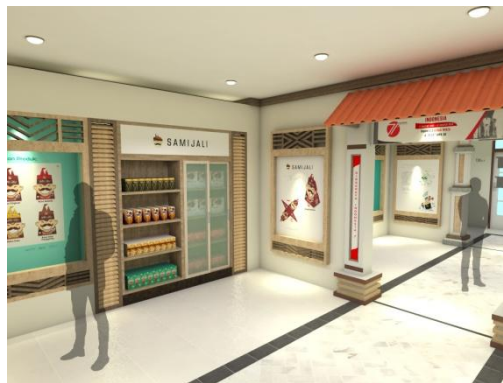


Desain interior Sentra UKM akan mengangkat kembali Sejarah dan cerita tentang Surabaya dan Gang Dolly melalui infografis yang menarik.

4.6 Konsep Desain Mikro

A. Konsep Lantai

-. Keramik dan geranit yang dipilih adalah keramik atau granit dengan warna netral, misalnya abu-abu atau colat.



Gambar 4.42 Aplikasi Penggunaan material granit pada lantai
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

B. Konsep Dinding

-. Dinding cat dengan Pemilihan warna coklat muda untuk memberi suasana hangat, dan luas. yang akan diperkuat dengan permainan lampu untuk menambah kesan hangat.



Gambar 4.43 Aplikasi pemilihan warna pada dinding
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

-. Dinding Wallpapper coklat muda untuk memberi suasana hangat, dengan detail tertentu pada area *display* di pusat kerajinan batik dan Textil.



Gambar 4.44 Aplikasi wallpaper pada rak *display* DNI
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

-.Dinding HPL dipilih untuk memberikan memberikan detail bagian tertentu pada bangunan



Gambar 4.45 Material HPL

Sumber : http://www.frantinco-hpl.com/product/content/50_1116_thumbnail.jpg (Akses : 18/05/17 20.30 WIB)

-. Dinding keramik digunakan untuk detail area tertentu pada bangunan, untuk memperkuat kesan elegan. Selain itu juga digunakan di area basah

C. Konsep Lampu

-. Hidden Lamp, digunakan untuk memberi detail pada elemen estetis



Gambar 4.46 Aplikasi hidden lamp pada rak *display* DNI



Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

- Lampu Spot, digunakan untuk memberikan cahaya pada titik tertentu dan infografi pada area *display*



Gambar 4.47 Aplikasi Lampu spot pada infografis
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

D. Konsep Elemen Estetis

- Hadirkan Suasana Gang Jarak-Dolly, Elemen estetis pada interior merupakan replika dari suasana gang-gang UKM Jarak-Dolly.



Gambar 4.48 Aplikasi Suasana Gang Jarak-Dolly
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

- transformasi bentuk dari kekayaan budaya, salah dari transformasi bentuk motif batik jarak arum



Gambar 4.49 Aplikasi transformasi bentuk



Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

E. Plafon

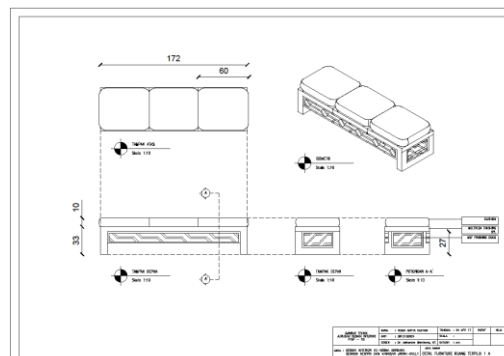
-. Plafon Gybsum, Plafon Gybsum yang difinishing cat putih, dengan tambahan lampu spot dan daylight.



Gambar 4.50 Aplikasi plafon
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

F. Furniture

-. Furniture Simple dan fungsional dengan aplikasi konsep transformasi bentuk dari replika dan kakayaan budaya kawasan Jarak-Dolly



Gambar 4.51 Desain Furniture
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017



BAB V PROSES DAN HASIL DESAIN

5.1 Alternatif *Lay out*

Pada proses pembuatan layout, perancang memilih 3 kriteria utama yang akan menjadi acuan dalam menentukan layout ruang yang paling baik untuk diterapkan. Kriteria yang perancang ambil adalah, Edukatif, Historis, berkarakter. Edukatif yang dimaksud disini adalah adanya penyediaan fasilitas, program ruang atau objek tertentu dalam ruang atau layout yang bisa memberikan nilai edukasi bagi pengunjung yang datang ex-wisma barbara. Kriteria Historis adalah adanya objek yang bisa memberikan informasi dalam hal-hal yang positif mengenai kawasan gang dolly khususnya setelah adanya penutupan kawasan prostitusi. Yang terakhir adalah kriteria rapi. rapi yang perancang maksud adalah adanya penataan layout yang rapi baik dari segi tata letak maupun luasan pada area-area tertentu di desain ex-wisma barbara mengingat dinamisnya aktifitas yang akan terjadi didalam sentra ukm. pengunjung akan berpindah dari satu area *display* ke area *display* lainnya sehingga membutuhkan penataan layout yang rapi untuk mencegah adanya hambatan sirkulasi dan hambatan lainnya dilayout terpilih kedepannya.

Gambar 5.1 Tabel kriteria wighted method

Kriteria	Edukatif	Historis	Berkarakter	Jumlah	Rangking		Bobot
Edukatif	-	1	1	2	1	500	0.5
Historis	0	-	1	1	2	300	0.3
Rapi	0	0	-	0	3	200	0.2
						1000	1.00

Keterangan : 1 = Lebih penting dari
2 = Tidak lebih penting

Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

Dari 3 kriteria yang dipilih oleh perancang, kriteria edukatif menjadi acuan yang paling penting dibanding 2 kriteria lainnya dalam mendesain ex-wisma barbara menjadi sentra ukm Jarak-Dolly. Dalam menentukan *lay out* akhir, dilakukan proses pengembangan dengan pembuatan tiga alternatif layout yang kemudian dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan.

Architectural floor plan of the first floor of the Denzai Alternatif 1 building. The plan shows a rectangular layout with a central corridor and various rooms. Rooms are labeled with numbers 1 through 8. The plan includes dimensions, room names in Indonesian, and a legend for symbols used. The legend is titled 'KETERANGAN' and lists symbols for doors, windows, stairs, and other architectural elements.

KETERANGAN

1. JALAN
2. JALAN
3. JALAN
4. JALAN
5. JALAN
6. JALAN
7. JALAN
8. JALAN
9. JALAN
10. JALAN
11. JALAN
12. JALAN
13. JALAN
14. JALAN
15. JALAN
16. JALAN
17. JALAN
18. JALAN
19. JALAN
20. JALAN
21. JALAN
22. JALAN
23. JALAN
24. JALAN
25. JALAN
26. JALAN
27. JALAN
28. JALAN
29. JALAN
30. JALAN
31. JALAN
32. JALAN
33. JALAN
34. JALAN
35. JALAN
36. JALAN
37. JALAN
38. JALAN
39. JALAN
40. JALAN
41. JALAN
42. JALAN
43. JALAN
44. JALAN
45. JALAN
46. JALAN
47. JALAN
48. JALAN
49. JALAN
50. JALAN
51. JALAN
52. JALAN
53. JALAN
54. JALAN
55. JALAN
56. JALAN
57. JALAN
58. JALAN
59. JALAN
60. JALAN
61. JALAN
62. JALAN
63. JALAN
64. JALAN
65. JALAN
66. JALAN
67. JALAN
68. JALAN
69. JALAN
70. JALAN
71. JALAN
72. JALAN
73. JALAN
74. JALAN
75. JALAN
76. JALAN
77. JALAN
78. JALAN
79. JALAN
80. JALAN
81. JALAN
82. JALAN
83. JALAN
84. JALAN
85. JALAN
86. JALAN
87. JALAN
88. JALAN
89. JALAN
90. JALAN
91. JALAN
92. JALAN
93. JALAN
94. JALAN
95. JALAN
96. JALAN
97. JALAN
98. JALAN
99. JALAN
100. JALAN
101. JALAN
102. JALAN
103. JALAN
104. JALAN
105. JALAN
106. JALAN
107. JALAN
108. JALAN
109. JALAN
110. JALAN
111. JALAN
112. JALAN
113. JALAN
114. JALAN
115. JALAN
116. JALAN
117. JALAN
118. JALAN
119. JALAN
120. JALAN
121. JALAN
122. JALAN
123. JALAN
124. JALAN
125. JALAN
126. JALAN
127. JALAN
128. JALAN
129. JALAN
130. JALAN
131. JALAN
132. JALAN
133. JALAN
134. JALAN
135. JALAN
136. JALAN
137. JALAN
138. JALAN
139. JALAN
140. JALAN
141. JALAN
142. JALAN
143. JALAN
144. JALAN
145. JALAN
146. JALAN
147. JALAN
148. JALAN
149. JALAN
150. JALAN
151. JALAN
152. JALAN
153. JALAN
154. JALAN
155. JALAN
156. JALAN
157. JALAN
158. JALAN
159. JALAN
160. JALAN
161. JALAN
162. JALAN
163. JALAN
164. JALAN
165. JALAN
166. JALAN
167. JALAN
168. JALAN
169. JALAN
170. JALAN
171. JALAN
172. JALAN
173. JALAN
174. JALAN
175. JALAN
176. JALAN
177. JALAN
178. JALAN
179. JALAN
180. JALAN
181. JALAN
182. JALAN
183. JALAN
184. JALAN
185. JALAN
186. JALAN
187. JALAN
188. JALAN
189. JALAN
190. JALAN
191. JALAN
192. JALAN
193. JALAN
194. JALAN
195. JALAN
196. JALAN
197. JALAN
198. JALAN
199. JALAN
200. JALAN
201. JALAN
202. JALAN
203. JALAN
204. JALAN
205. JALAN
206. JALAN
207. JALAN
208. JALAN
209. JALAN
210. JALAN
211. JALAN
212. JALAN
213. JALAN
214. JALAN
215. JALAN
216. JALAN
217. JALAN
218. JALAN
219. JALAN
220. JALAN
221. JALAN
222. JALAN
223. JALAN
224. JALAN
225. JALAN
226. JALAN
227. JALAN
228. JALAN
229. JALAN
230. JALAN
231. JALAN
232. JALAN
233. JALAN
234. JALAN
235. JALAN
236. JALAN
237. JALAN
238. JALAN
239. JALAN
240. JALAN
241. JALAN
242. JALAN
243. JALAN
244. JALAN
245. JALAN
246. JALAN
247. JALAN
248. JALAN
249. JALAN
250. JALAN
251. JALAN
252. JALAN
253. JALAN
254. JALAN
255. JALAN
256. JALAN
257. JALAN
258. JALAN
259. JALAN
260. JALAN
261. JALAN
262. JALAN
263. JALAN
264. JALAN
265. JALAN
266. JALAN
267. JALAN
268. JALAN
269. JALAN
270. JALAN
271. JALAN
272. JALAN
273. JALAN
274. JALAN
275. JALAN
276. JALAN
277. JALAN
278. JALAN
279. JALAN
280. JALAN
281. JALAN
282. JALAN
283. JALAN
284. JALAN
285. JALAN
286. JALAN
287. JALAN
288. JALAN
289. JALAN
290. JALAN
291. JALAN
292. JALAN
293. JALAN
294. JALAN
295. JALAN
296. JALAN
297. JALAN
298. JALAN
299. JALAN
300. JALAN
301. JALAN
302. JALAN
303. JALAN
304. JALAN
305. JALAN
306. JALAN
307. JALAN
308. JALAN
309. JALAN
310. JALAN
311. JALAN
312. JALAN
313. JALAN
314. JALAN
315. JALAN
316. JALAN
317. JALAN
318. JALAN
319. JALAN
320. JALAN
321. JALAN
322. JALAN
323. JALAN
324. JALAN
325. JALAN
326. JALAN
327. JALAN
328. JALAN
329. JALAN
330. JALAN
331. JALAN
332. JALAN
333. JALAN
334. JALAN
335. JALAN
336. JALAN
337. JALAN
338. JALAN
339. JALAN
340. JALAN
341. JALAN
342. JALAN
343. JALAN
344. JALAN
345. JALAN
346. JALAN
347. JALAN
348. JALAN
349. JALAN
350. JALAN
351. JALAN
352. JALAN
353. JALAN
354. JALAN
355. JALAN
356. JALAN
357. JALAN
358. JALAN
359. JALAN
360. JALAN
361. JALAN
362. JALAN
363. JALAN
364. JALAN
365. JALAN
366. JALAN
367. JALAN
368. JALAN
369. JALAN
370. JALAN
371. JALAN
372. JALAN
373. JALAN
374. JALAN
375. JALAN
376. JALAN
377. JALAN
378. JALAN
379. JALAN
380. JALAN
381. JALAN
382. JALAN
383. JALAN
384. JALAN
385. JALAN
386. JALAN
387. JALAN
388. JALAN
389. JALAN
390. JALAN
391. JALAN
392. JALAN
393. JALAN
394. JALAN
395. JALAN
396. JALAN
397. JALAN
398. JALAN
399. JALAN
400. JALAN
401. JALAN
402. JALAN
403. JALAN
404. JALAN
405. JALAN
406. JALAN
407. JALAN
408. JALAN
409. JALAN
410. JALAN
411. JALAN
412. JALAN
413. JALAN
414. JALAN
415. JALAN
416. JALAN
417. JALAN
418. JALAN
419. JALAN
420. JALAN
421. JALAN
422. JALAN
423. JALAN
424. JALAN
425. JALAN
426. JALAN
427. JALAN
428. JALAN
429. JALAN
430. JALAN
431. JALAN
432. JALAN
433. JALAN
434. JALAN
435. JALAN
436. JALAN
437. JALAN
438. JALAN
439. JALAN
440. JALAN
441. JALAN
442. JALAN
443. JALAN
444. JALAN
445. JALAN
446

Architectural floor plan of the first floor (DENAH ALTERNATIF 1 LANTAI 2) of a building. The plan shows a rectangular layout with a central corridor and various rooms. Dimensions are provided for the overall building and individual rooms. A north arrow is located to the right of the plan. To the right of the plan is a table of room names and their areas in square meters.

LEGENDA

NO	NAMA RUANG	Luas (m ²)
1	RUMAH TANGGA	100,00
2	RUMAH TANGGA	100,00
3	RUMAH TANGGA	100,00
4	RUMAH TANGGA	100,00
5	RUMAH TANGGA	100,00
6	RUMAH TANGGA	100,00
7	RUMAH TANGGA	100,00
8	RUMAH TANGGA	100,00
9	RUMAH TANGGA	100,00
10	RUMAH TANGGA	100,00
11	RUMAH TANGGA	100,00
12	RUMAH TANGGA	100,00
13	RUMAH TANGGA	100,00
14	RUMAH TANGGA	100,00
15	RUMAH TANGGA	100,00
16	RUMAH TANGGA	100,00
17	RUMAH TANGGA	100,00
18	RUMAH TANGGA	100,00
19	RUMAH TANGGA	100,00
20	RUMAH TANGGA	100,00
21	RUMAH TANGGA	100,00
22	RUMAH TANGGA	100,00
23	RUMAH TANGGA	100,00
24	RUMAH TANGGA	100,00
25	RUMAH TANGGA	100,00
26	RUMAH TANGGA	100,00
27	RUMAH TANGGA	100,00
28	RUMAH TANGGA	100,00
29	RUMAH TANGGA	100,00
30	RUMAH TANGGA	100,00
31	RUMAH TANGGA	100,00
32	RUMAH TANGGA	100,00
33	RUMAH TANGGA	100,00
34	RUMAH TANGGA	100,00
35	RUMAH TANGGA	100,00
36	RUMAH TANGGA	100,00
37	RUMAH TANGGA	100,00
38	RUMAH TANGGA	100,00
39	RUMAH TANGGA	100,00
40	RUMAH TANGGA	100,00
41	RUMAH TANGGA	100,00
42	RUMAH TANGGA	100,00
43	RUMAH TANGGA	100,00
44	RUMAH TANGGA	100,00
45	RUMAH TANGGA	100,00
46	RUMAH TANGGA	100,00
47	RUMAH TANGGA	100,00
48	RUMAH TANGGA	100,00
49	RUMAH TANGGA	100,00
50	RUMAH TANGGA	100,00
51	RUMAH TANGGA	100,00
52	RUMAH TANGGA	100,00
53	RUMAH TANGGA	100,00
54	RUMAH TANGGA	100,00
55	RUMAH TANGGA	100,00
56	RUMAH TANGGA	100,00
57	RUMAH TANGGA	100,00
58	RUMAH TANGGA	100,00
59	RUMAH TANGGA	100,00
60	RUMAH TANGGA	100,00
61	RUMAH TANGGA	100,00
62	RUMAH TANGGA	100,00
63	RUMAH TANGGA	100,00
64	RUMAH TANGGA	100,00
65	RUMAH TANGGA	100,00
66	RUMAH TANGGA	100,00
67	RUMAH TANGGA	100,00
68	RUMAH TANGGA	100,00
69	RUMAH TANGGA	100,00
70	RUMAH TANGGA	100,00
71	RUMAH TANGGA	100,00
72	RUMAH TANGGA	100,00
73	RUMAH TANGGA	100,00
74	RUMAH TANGGA	100,00
75	RUMAH TANGGA	100,00
76	RUMAH TANGGA	100,00
77	RUMAH TANGGA	100,00
78	RUMAH TANGGA	100,00
79	RUMAH TANGGA	100,00
80	RUMAH TANGGA	100,00
81	RUMAH TANGGA	100,00
82	RUMAH TANGGA	100,00
83	RUMAH TANGGA	100,00
84	RUMAH TANGGA	100,00
85	RUMAH TANGGA	100,00
86	RUMAH TANGGA	100,00
87	RUMAH TANGGA	100,00
88	RUMAH TANGGA	100,00
89	RUMAH TANGGA	100,00
90	RUMAH TANGGA	100,00
91	RUMAH TANGGA	100,00
92	RUMAH TANGGA	100,00
93	RUMAH TANGGA	100,00
94	RUMAH TANGGA	100,00
95	RUMAH TANGGA	100,00
96	RUMAH TANGGA	100,00
97	RUMAH TANGGA	100,00
98	RUMAH TANGGA	100,00
99	RUMAH TANGGA	100,00
100	RUMAH TANGGA	100,00

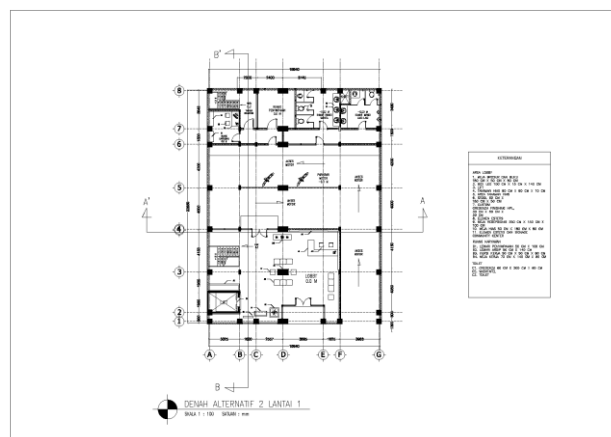
[illegible]

182

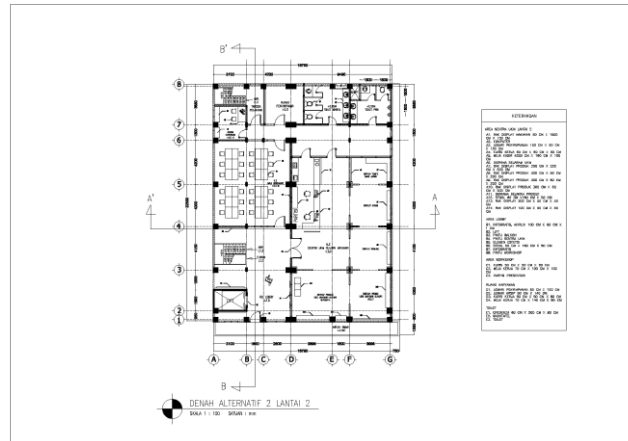


Kelebihan dari layout alternatif 1 diatas adalah zoning ruang bisa dimanfaatkan dengan baik, sehingga tidak ada area yang kosong. Pemetaan ruang juga lebih baik, bangunan yang langsung bertemu badan jalan sehingga membutuhkan area parkir tambahan baru dan dipetakan dekat dengan entrance bangunan, pemetaan lokasi meja kasir di sentra UKM dilantai 2 juga lebih baik karena dekat dengan pintu masuk sentra ukm segingga akan lebih baik deri segi kontrol terhadap pengunjung, pembagian zoning didalam sentra ukm juga baik dengan adanya 1 alur sirkulas dan pembagian fokus produk di masing-masing area. Ruangan untuk keperluan pelatihan juga memiliki luasan yang baik, Kekurangan dari layout alternatif 1 ini pertama lokasi meja pusat informas dilantai 1 tidak langsung berada di depan entrance atau searah dengan lift dan tangga, lokasi meja pusat informasi berada di kanan entrace yang artinya pengunjung akan berjalan menjauhi lift dan tangga terlebih dahulu yang berada di kiri entrance ruang lobby dan bisa jadi terlewatka oleh pengelihatan pengunjung. Dengan adanya jalur sirkulasi 1 arah diarea sentra ukm membuat jumlah pangunjung masuk kedalam area dan keluar area memiliki jumlah yang sama yang bisa jadi akan terjadi kepenuhan sirkulasi menuju meja kasir karena setengah dari area tersebut sudah digunakan oleh meja kasir.

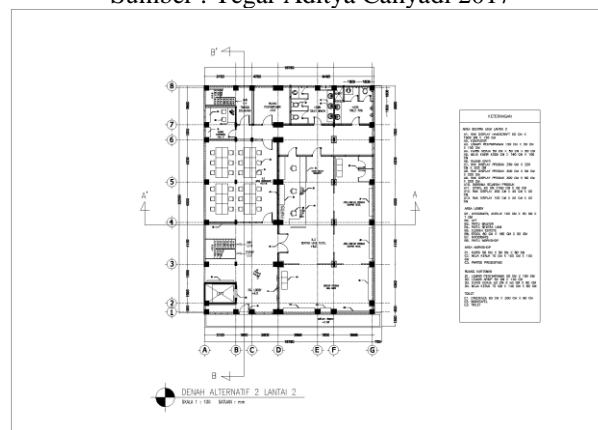
5.1.1. Alternatif Lay out 2



Gambar 5.4 Lay out Alternatif 2 lantai 1
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017



Gambar 5.5 Lay out Alternatif 2 lantai 2
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017



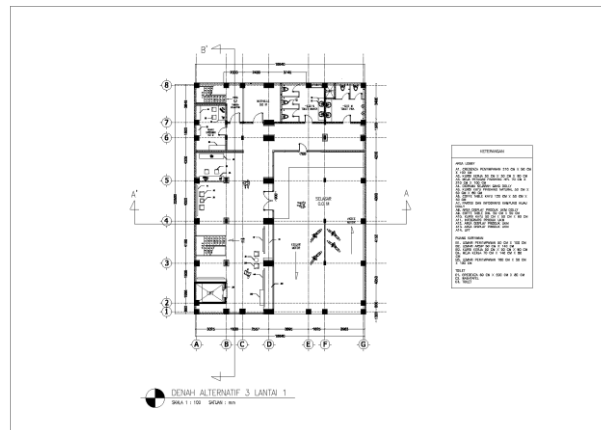
Gambar 5.6 Lay out Alternatif 2 lantai 3
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

Kelebihan dari layout alternatif 2 diatas adalah suasana area lobby lebih terasa ketika dilihat dari segi fungsi ruang, lobby yang lebih kecil dengan penempatan kursi tunggu di beberapa sudut ruang dan adanya pemisahan area dengan area parkir dan toilet membuat area lobby ini terasa lebih spesifik. Area parkir tambahan yang dibuat terpisah membuat pengunjung tidak terganggu dengan adanya aktifitas keluar masuk motor di area pintu depan dan belakang. Kekurangan dari layout alternatif 2 diatas adalah area lobby yang memiliki luasan yang lebih kecil membuat kemampuan lobby untuk menampung pengunjung lebih kecil dibandingkan alternatif lain. Kepadatan juga bisa terjadi di pintu masuk menuju area parkir tambahan karena aktifitas keluar masuk kendaraan ditempatkan di 1 pintu yang sama. Zooning di area *display* yang dibagi atas beberapa booth produk dan tidak adanya alur didalam ruang membuat adanya ketidak samarataan jumlah pengunjung di area produk satu dengan produk

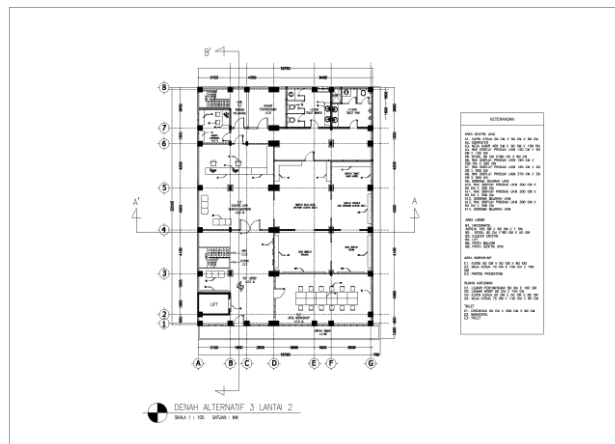


lainnya. hal ini membuat adanya pengumpulan data yang lebih kompleks untuk menentukan satu produk ditempatkan di area yang mana. tidak adanya alur juga bisa membuat pengunjung memusat di satu titik, didepan area kasir masih digunakan sebagai jalur sirkulasi pengguna yang suwaktu-waktu bisa mengalami kepadatan dan menghambat jalur sirkulasi pengguna.

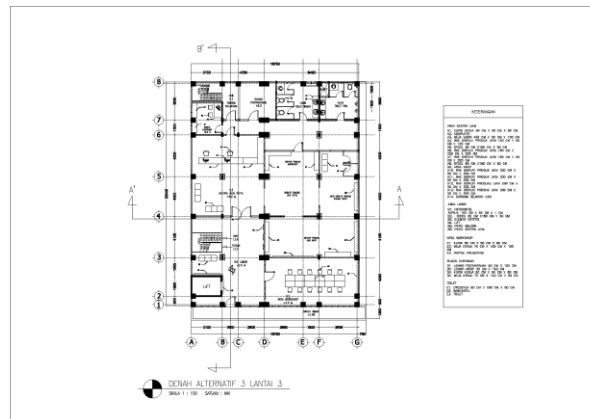
5.1.3 Alternatif *Lay out* 3



Gambar 5.7 *Lay out* Alternatif 3 lantai 1
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017



Gambar 5.8 *Lay out* Alternatif 3 lantai 2
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017



Gambar 5.9 *Lay out* Alternatif 3 lantai 3
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Lay out alternatif 3 memiliki kesamaan dengan alternatif 1 pada area lobby, yang berbeda adalah penataan pada area lantai 2 dan 3 yaitu pada area sentra ukm dan ruangan pelatihan. Kelebihan dari alternatif 3 diatas adalah lebih luasnya ruang yang akan difungsikan sebagai sentra ukm, khususnya di area kasir yang memiliki satu area sendiri sehingga lebih nyaman dan tidak tercampur dengan aktifitas melihat-lihat pruduk ukm yang *didisplay*. Kekurangan dari alternatif 3 diatas adalah kecil nya ruangan yang akan digunakan sebagai ruang pelatihan atau workshop khusus untuk melatih para pengunjung yang ingin mencoba langsung membuat pruk UKM sehingga akan mengurangi kapasitas dan kecilnya jalur sirkulasi yang tersedia. Penataan area *display* produk juga bisa membuat pengunjung terpusat disatu titik dan menyebabkan terganggunya sirkulasi pengguna.

5.1.4 Pemilihan Alternatif *Lay out* (*Weighted Method*)

Dari denah alternatif diatas maka disusunlah penilaian terhadap masing-masing alternatif layout untuk kemudian diterapkan pada desain ex-wisma barbara kedepannya. Penilaian alternatif layout menggunakan metode *weighted method*, dengan rincian perhitungan sebagai berikut.

Tabel 5.2 Tabel *Weighted Method* mengenai penilaian masing-masing *Lay out* Alternatif



Kriteria	Weight	Parameter	Alternatif 1		Value	Alternatif 2		Value	Alternatif 3		Value
			Magnitude	Score		Magnitude	Score		Magnitude	Score	
Edukatif	0.5	adanya elemen informatif dan edukatif tentang UKM Jarak dolly	Good	8	4	Good	7	3.5	Good	8	4
Historis	0.3	adanya elemen interior tentang sejarah UKM	Good	8	2.4	Good	7	2.1	Good	8	2.4
Rapi	0.2	Sirkulasi yang baik	Good	8	3.2	Good	7	2.8	Average	7	2.8
		Program ruang dan area display yang sistematis	Very Good	9	3.6	Good	7	2.8	Average	7	2.8
Overall Utility Value					13.2			11.2			12

Tegar Aditya Cahyadi 2017

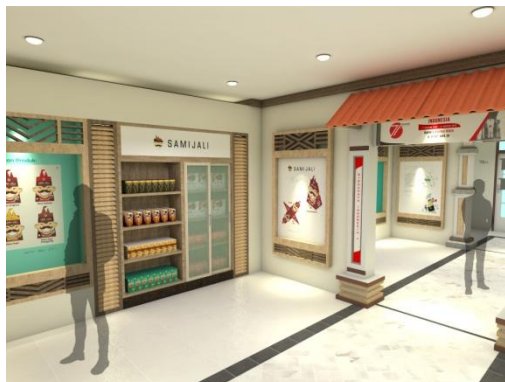
Berdasarkan penilaian diatas, diketahui alternatif layout yang memiliki nilai yang lebih tinggi berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Dari penilaian tersebut tertulis bahwa alternatif layout 1 memiliki *value* yang paling tinggi yaitu 13.2 setelah dihitung melalui pembobotan nilai dari masing-masing kriteria.

5.2 Pengembangan Alternatif *Lay out* Terpilih

Dalam desain interior ex-wisma barbara, ruang utama yang akan menjadi pusat aktifitas dari alih fungsi wisma barbara ini adalah area sentra ukmnnya, yang terdiri dari 2 ruang sentra ukm yaitu sentra UKM untuk makanan olahan dan pusat oleh-oleh di lantai 2 serta pusat kerajinan batik dan textil yang berada di lantai 3. Dalam pengembangan alternatif *lay out*, perancang membuat sebuah gagasan yang harapannya menjadi ciri khas dari sentra UKM Jarak-Dolly ini yang membedakannya dengan sentra UKM lain yang ada dikota Surabaya, seperti yang kita ketahui bersama bahwa pemerintah kota Surabaya mulai membangun sentra UKM di beberapa titik di kota Surabaya yang harapannya mampu membangun geliat ekonomi dan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota pahlawan. Perancang mengangkat konsep edukatif dan historis tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman yang berbeda ketika para pengunjung datan ke Sentra UKM Jarak-Dolly, yang sekaligus bisa memberikan citra baru bagi kawasan Jarak-Dolly yang dulunya dikenal sebagai kawasan prostitusi di kota Surabaya melalui infografis infografis yang menceritakan latar belakang serta bagaimana kondisi Jarak-Dolly saat ini yang perlahan-lahan bangkit melalui pengembangan UKM-UKM yang ada.



5.2.1 Pengembangan Alternatif *Lay out* dan penerapan dalam desain



Gambar 5.10 Desain Sentra UKM
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

Seperti yang sudah dijabakan sebelumnya mengenai konsep dari sentra UKM Jarak-Dolly, foto diatas adalah desain dari salah satu area *display* produk di Sentra UKM dan pusat oleh-oleh di lantai 2. Pengembangan desainnya adalah adanya akulturasi budaya setempat yang diterapkan kedalam sentra UKM, perancang mengambil karakter dari gang-gang di kawasan Jarak-Dolly yang sekarang sudah mulai dibenahi dengan adanya mural dan UKM yang dibangun di masing-masing gang, karakter tersebut kemudian dimasukkan kedalam sentra UKM. Seperti yang bisa kita lihat bersama di area sentra UKM terdapat sebuah pola lantai yang menyerupai susunan paving dan terdapat gapura yang akan menyambut dan membedakan *display* masing-masing UKM dengan UKM lainnya yang terdapat di sentra UKM tersebut. Selain *display* produk pengunjung juga akan dapat melihat infografis yang akan menjelaskan sejarah produk dan produk dari masing-masing UKM.

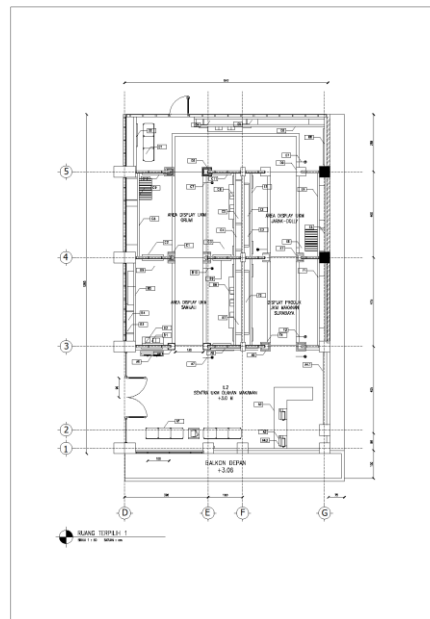
5.3 Pengembangan desain ruang terpilih 1 - Sentra UKM dan pusat oleh-oleh

Ruang sentra UKM dan pusat oleh-oleh adalah salah satu dari 2 ruang utama dalam desain ex-wisma barbara sebagai sentra UKM, ruang sentra UKM dan pusat oleh-oleh adalah ruang untuk *display* dan menjual produk-produk UKM yang bergerak dibidang makanan, dalam hal ini eksisting ukm yang menjadi sasaran untuk pengembangan desain ex-wisma barbra adalah UKM-UKM binaan dari gerakan melukis harapan, ukm-ukm tersebut diantaranya UKM



Samijali, UKM Oseki, dan UKM Tempe bang jarwo, dimana ketiga UKM tersebut memproduksi produk olahan makanan yang berpotensi untuk terus dikembangkan dan memiliki varian produk baru.

5.3.1 Layout *furniture* dan deskripsinya



Gambar 5.11 Lay out area sentra UKM
Sumber : Tegar Aditya Cahyadi 2017

Seperti yang sudah sedikit perancang sampaikan di bagian pengembangan layout dan desain, desain dari ruang sentra UKM ini mentransformasikan karakter-karakter dan budaya dari penduduk setempat kawasan Jarak-Dolly. Dalam kasus perancangan kali ini penulis mengambik karakter dari gang-gang kawasan Jarak-Dolly yang saat ini sudah mulai dikembangkan, khususnya gang-gang dari masing-masing ukm yang sudah dibenahi, dibersihkan dan dimural yang nantinya akan bersinergi bersama bangunan sentra UKM di ex-wisma barbara untuk membentuk sebuah alur dan komunitas eduwisata kawasan Jarak-Dolly, dalam perencanaan jangka panjang selain berwisata melihat kondisi gang dolly sebelum masuk ke area sentra UKM, didalam sentra UKM pengunjung akan diberikan suasana dari masing-masing gang melalui infografis dan produknya dan pengunjung juga bisa langsung mengunjungi masing-masing gang tersebut untuk



mendapatkan pengalaman secara langsung melalui sebuah konsep alur, rute dan komunitas eduwisata bersama masyarakat kawasan Jarak-Dolly.

5.3.2 Gambar 3d dan deskripsinya

Berikut ini adalah rencana desain yang akan diterapkan di desain ex-wisma barbara sebagai sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.

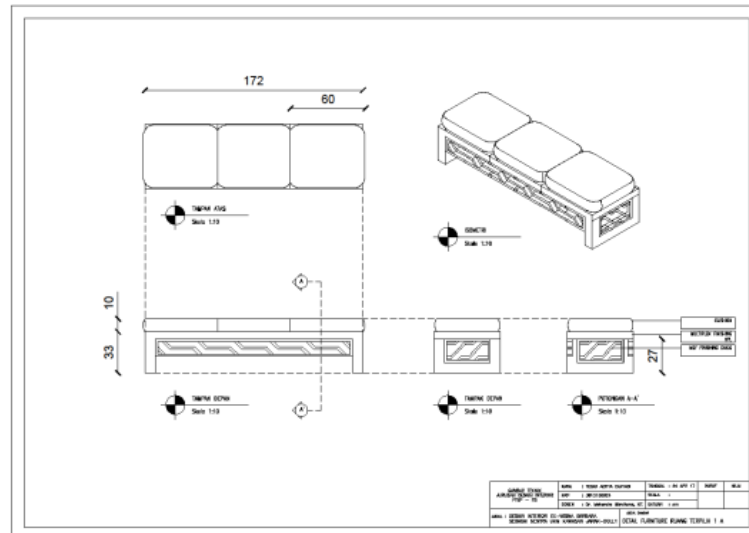


Gambar 5.12 Desain Sentra UKM
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Foto diatas adalah area display UKM Samijali, gapura diatas adalah entrance untuk masuk ke area *display* UKM Oseki, di bagian kiri dari area sentra UKM ini adalah area *display* dan infografis mengenai produk UKM, sementara bagian kanan adalah area yang berisi infografis tentang sejarah berdirinya UKM. Bentuk bentuk jendela merupakan transformasi bentuk dari kondisi masing-masing gang yang ada dimana dikiri dan kanan nya adalah jendela-jendela dari rumah-rumah penduduk setempat. pengunjung akan dirahkan mengikuti alur yang sudah disiapkan dimana pengunjung akan masuk ke sebuah alur untuk mengelilingi dan mengunjungi setiap area *display* dari masing-masing UKM yang ada.



5.3.3 Detail *Furniture*, Elemen estetis dan deskripsinya



Gambar 5.13 Desain *furniture* sentra UKM
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Detail *furniture* diatas adalah stool yang digunakan sebagai kursi tunggu atau kursi rehat pengunjung yang diletakkan di area kasir dan di area tunggu dan photobooth. kursi diatas menggunakan material rangka multiplek dengan finishing hpl dan cushion. Pada stool tersebut terdapat ukiran yang merupakan transformasi dari bentukan khas batik jarak arum. stool tersebut tidak hanya digunakan di ara sentra ukm dan pusat oleh-oleh namun juga menjadi *furniture* yang digunakan di area sentra batik.



Gambar 5.14 Desain elemen estetis sentra UKM
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Elemen estetis diatas adalah elemen estetis berupa infografis informatif dan edukatif mengenai historis berdirinya UKM-UKM yang *mendisplaykan*



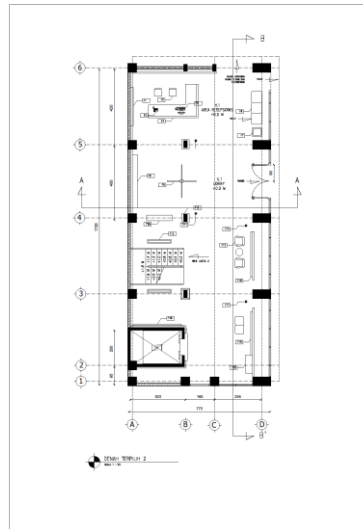
produknya sentra UKM Jarak-Dolly. Adanya infografis ini merupakan sebuah konsep yang membedakan sentra UKM Jarak-Dolly dengan sentra UKM lain di kota Surabaya dimana pengunjung akan mendapatkan pengalaman yang berbeda tidak hanya berbelanja namun juga memperoleh informasi-informasi edukatif mengenai Jarak-Dolly dan perkembangan UKMnya saat ini.

5.4. Pengembangan desain ruang terpilih 2 - Area Lobby

Area Lobby adalah area yang menjadi pusat aktifitas menuju masing-masing lantai yang ada di Ex-Wisma Barbara, seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya bahwa wisma barbara memiliki 6 lantai dimana setiap lantai memiliki fungsi yang berbeda. Pada desain Interior ex-Wisma Barbara Sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly ini area loby didesain selain memiliki fungsi area transisi bangunan, lobby juga berfungsi sebagai area tunggu bagi para pengunjung yang dedesain menjadi sebuah area tunggu yang bisa dijadika sebagai spot foto menarik dengan elemen estetis berupa transformasi bentuk dari lingkungan gang kawasan Jarak-Dolly dengan terdapat area *display* produk didalamnya. Selain sebagai area tunggu lobby juga dedesain memiliki konten-konten informatif dan edukatif sehingga pengunjung bisa mengetahui latar belakang dan cerita dari kawasan Jarak-Dolly

5.4.1 Layout *furniture* dan deskripsinya

Area Lobby desain ex-wisma barbara sebagai sentra UKM kawasan Jarak-Dolly tidak hanya memiliki fungsi sebagai erea tunggu serta pusat informasi, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya layout lobby didesain juga memiliki area elemen informatif yang menarik untuk dibaca dan memberi pengetahuan para pengunjung tentang cerita sejarah Gang Dolly serta perubahan Gang Dolly kearah yang lebih positif hingga memiliki beberapa UKM dan kegiatan masyarakat lainnya dalam rangka menyongsong Jarak-Dolly sebagai Eduwisata kota Surabaya.



Gambar 5.15 Layout Ruang Terpilih 2
Tegar Aditya Cahyadi 2017

5.4.2 Gambar 3d dan deskripsinya



Gambar 5.16 Desain elemen estetis area lobby
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Gambar diatas adalah area elemen informatif pada lobby, pengunjung bisa membaca informasi-informasi menarik tentang Sentra Kawasan Jarak-Dolly sebelum menuju lantai yang ingin dikunjungi.



Gambar 5.17 Desain elemen estetis dan area tunggu
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Gambar diatas adalah area tunggu pada lobby yang dedesain tidak hanya sekedar penataan kursi saja namun area lobby juga bisa menjadi photospot menarik bagi para pengunjung yang mengunjungi Sentra UKM Jarak-Dolly.

5.4.3 Detail *Furniture*, Elemen estetis dan deskripsinya



Gambar 5.18 Desain elemen estetis dan *furniture* area tunggu
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Gambar diatas adalah stool dan elemen estetis di area tunggu, dimana pengunjung tidak hanya duduk saja, namun pengunjung akan merasakan suasana kampung-kampung mural dikawasan Jarak-Dolly dan menjadi spot foto yang menarik.



Gambar 5.19 Desain elemen estetis dan *furniture* area tunggu
Tegar Aditya Cahyadi 2017

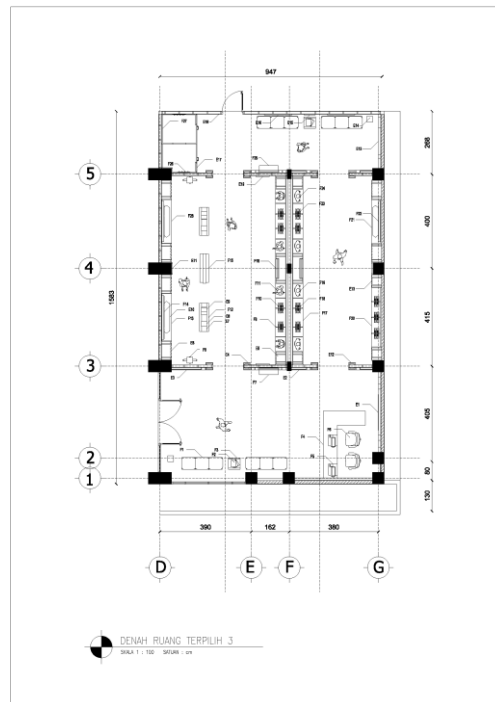
Gambar diatas juga merupakan area tunggu pada lobby yang dedesain dengan latar belakang *display* produk DNI serta ukiran yang akan diterapkan pada pusat batik dan kerajinan textil dilantai 3. Pengunjung tidak hanya dihadirkan suasana gang pada area tunggu, namun juga diberikan konsep *display* yang diterapkan pada ruang-ruang lainnya.

5.5. Pengembangan desain ruang terpilih 2 - Pusat kerajinan Batik dan Textil

Ruang kedua yang menjadi ruang utama dari sentra UKM Jarak-Dolly adalah ruang pusat kerajinan batik dan textil dimana diruangan ini *display* produk difokuskan pada UKM-UKM yang bergerak dibidang kerajinan textil. Eksisting UKM yang menjadi objek desain pada desain interior ex-Wisma Barbara adalah UKM Batik Jarak Arum dan UKM Dory, yang keduanya merupakan UKM binaan dari gerakan Melukis Harapan. UKM jarak arum adalah UKM yang memproduksi Batik khas Surabaya dan Jarak-Dolly, sementara UKM Dory adalah UKM yang memproduksi baju-baju yang disablon dengan latar belakang historis Jarak-Dolly dan Kota Surabaya



5.5.1 Layout *furniture* dan deskripsinya



Gambar 5.20 Desain elemen estetis sentra UKM
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Gambar diatas adalah *lay out* dari area pusat kerajinan batik dan textil, desain interior ex-wisma barbara sebagai sentra UKM kawasan Jarak-Dolly, ruangan dibagi menjadi 4 area, yaitu area kasir, area *display* produk 1 dan *display* produk 2, serta area ganti. 2 area *display* tersebut akan *mendisplay* produk-produk dari UKM batik Jarak Arum dan Dory. Untuk alur sirkulasi, sirkulasi tidak dibuat menjadi 1 jalur dan pengunjung dibebaskan mau mengunjungi area dislpay 1 yang berada disebelah kiri atau area *display* 2 yang berada disebelah kanan.

5.5.2 Gambar 3d dan deskripsinya



Gambar 5.21 Desain area *display* batik jarak Arum
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Gambar diatas merupakan area *display* batik jarak arum yang berada di area *display* 1. Batik-batik ditempatkan di rak khusus diama diatasnya terdapat katalog untuk membantu pengunjung memilih motif batik yang disukai, terdapat elemen estetis lampu hias dengan motif yang merupakan transformasi dari bentuk motif batik jarak arum.

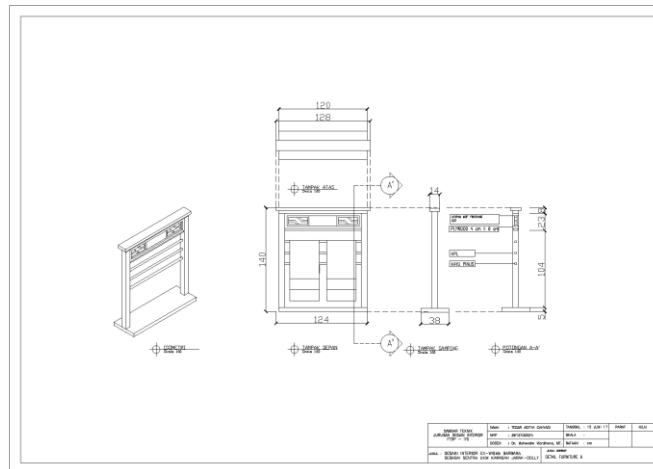


Gambar 5.22 Desain area *display* batik DNI
Tegar Aditya Cahyadi 2017

DNI adalah brand fashion yang memproduksi produk olahan dari batik jarak arum, saat ini brand DNI sudah mengikuti beberapa event fashion show baik dikota surabaya maupun diluar surabaya. Pengunjung bisa melihat langsung model pakaian jika digunakan dengan adanya *display* produk menggunakan mannequin dan bisa langsung memilih produk yang didisplay tepat disebelah mannequin tersebut.

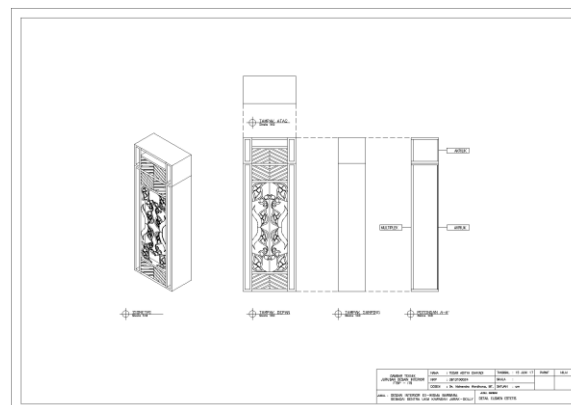


5.4.2 Detail *Furniture*, Elemen estetis dan deskripsinya



Gambar 5.23 *Furniture display* batik jarak arum
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Furniture diatas adalah *furniture* yang digunakan untuk mendisplay kain batik jarak arum. *Furniture* diatas menggunakan material rangka multiplek dengan finishing HPL dan kayu pinus yang digunakan untuk menggantung produk batik. pada detail *furniture* terdapat ukiran khas yang merupakan transformasi bentuk dari batik jarak arum.



Gambar 5.24 Elemen estetis pusat kerajinan batik dan textil
Tegar Aditya Cahyadi 2017

Elemen estetis diatas adalah elemen estetis dengan ukiran yang merupakan transformasi dari bentuk batik Jarak Arum yang kemudian diterangi dengan lampu dengan tambahan material akrilik.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Desain Interior Ex-Wisma Barbara sebagai pusat sentra UKM Jarak-Dolly dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Alih fungsi ex-Wisma Barbara menjadi sentra UKM harapannya mampu membangkitkan perekonomian dalam rangka membangun citra positif serta mendukung konsep kampung eduwisata Jarak-Dolly
2. Konsep edukatif harapannya mampu memberikan informasi dan membangun pemahaman baru pengunjung mengenai kawasan Jarak-Dolly khususnya setelah adanya penutupan kawasan prostitusi.
3. Budaya masyarakat setempat ditransformasikan kedalam bentuk2 elemen estetis pada area *display* yang harapannya mampu memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung saat mengunjungi sentra UKM Jarak-Dolly
4. Sirkulasi ruang dengan alur tertentu dibuat dengan latar belakang mengarahkan pengunjung untuk melihat satu-persatu produk dan bagaimana historis dari UKM tersebut melalui elemen estetis yang informatif.
5. Hasil dari proses redesain ini adalah rancangan interior area lobby, Sentra UKM dan pusat oleh-oleh, Pusat batik dan kerajinan tekstil, koridor serta ruangan untuk pelatihan dan workshop.

6.2 Saran

Beberapa saran yang menjadi pertimbangan dalam desain Interior ex-wisma Barbara sebagai sentra UKM Jarak-Dolly adalah:

1. Dibutuhkan tidak hanya desain interior untuk membantu membangkitkan lagi sebuah wilayah, namun juga keilmuan lainnya yang juga bisa turut serta untuk membangun peradaban baru khususnya kawasan Jarak-Dolly
2. Perlunya memperhatikan konsep desain interior yang berkelanjutan dalam jangka panjang untuk mendukung keberadaan wisma barbara sebagai sentra ukm serta fasilitas lain yang akan dibangun dikawasan Jarak-Dolly

DAFTAR PUSTAKA

Adam Reizanul Haq (2012). *Karakteristik Dasar Ritel*.

Anonim. *Pengertian Retail dan 5 Jenis Retail*. [daring] diakses dari:
<http://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/pengertian-retail-dan-5-jenis-retail.html> (22 Juli 2017)

Anonim. *Menata Produk*. [daring] diakses dari:
<http://displayprdku.blogspot.co.id/2012/11/menata-produk-deskripsi-singkat-salah.html> (21 Juli 2017).

Anonim (2017). *Stylish dengan desain interior kontemporer*. diakses dari:
<http://desaininterior.me/2017/06/stylish-dengan-desain-interior-kontemporer/> (21 Februari 2017).

Alex Yayan S, Parwata. 2015. *Dampak Sosial Ekonomi Penutupan Lokalisasi Terhadap Masyarakat Puger Tahun 2007-2014*.

Andrianto, Cahyo (2015) . *Perubahan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Putat Jaya Pasca Penutupan Lokalisasi Dolly Di Kelurahan Putat Jaya Kecamatan Sawahan Surabaya*.

Astrid Kusumowidagdo (2005). *Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based Retail*.

Faidah, Mutimmatul. *Pusaran Ekonomi Di Balik Bisnis Prostitusi Di Lokalisasi Dolly-Jarak Surabaya*

Fatkullah, Mukhammad. 2013. *Dampak Praktik Prostitusi Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Daerah Lokalisasi Jarak-Dolly Kelurahan Putat Jay*.

Fatimah, Zain (2012) *Hubungan persepsi signage dengan disiplin kerja karyawan di PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Malang.*

Moefad, Agoes. 2015. *Komunikasi Masyarakat Eks Lokalisasi Pasca Penutupan Dolly*. Vol, 05. No, 1.

Nikmah, Amelia. 2015. *Pemberitaan Kasus Penutupan Lokalisasi Prostitusi Dolly (Analisis Framing Pada Surat Kabar Republika Dan Kompas Edisi Juni 2014).*

Nursaidah (2014). *Sejarah Dan Teori Arsitektur II*. [daring] diakses dari: <http://tokoharsitekpostmodern.blogspot.co.id/2014/09/arsitek-post-modern.html> (06 Maret 2017)

Purnomo dan Siregar. April 1982. *Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Kompleks Pelacuran Dolly*. Grafiti Pers

Parsika (2014). *Konsep Interior Kontemporer* [daring] diakses dari: <https://streamline3d.wordpress.com/2014/10/06/konsep-interior-kontemporer/> (21 Juli 2017).

PUTRA, HENDRATNO. 2010. *Peranan Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pembinaan Sentra Usaha Kecil Produksi Tempe Di Kelurahan Tenggilis Mejoyo Kecamatan Tenggilis Mejoyo Pemerintah Kota Surabaya.*

Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Surabaya. Perda Nomor 7 Tahun 1999. *tentang larangan menggunakan bangunan atau tempat untuk perbuatan asusila serta pemikatan untuk melakukan perbuatan asusila. Surabaya*

Pratiwi, Ratry. 2012. *Penerapan Karakter Surabaya Sebagai Ciri Desain Pada Museum Sejarah Dan Kebudayaan Surabaya.*

Rachmaniyah , Anggraeni, Adiwijaya (2016). *Studi Langgam Desain sebagai Dasar Mendesain Hotel*.

Retnaningsih, Hartini. 2014. *Dampak Sosial Penutupan Lokalisasi Dolly*.

Raselawati, Ade. 2011. *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Di Indonesia*.

Sudaryanto, Ragimun, dan Wijayanti. *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean*.

Wardhana, Mahendra (2007). *Logika Konfigurasi Ruang dan Aspek Psikologi Ruang Bagi Lansia*. Jurnal Rekayasa Perencanaan, Vol 4, no 1 Oktober 2007.

LAMPIRAN

RENCANA ANGGARAN BIAYA
PEKERJAAN DESAIN INTERIOR RUANG BATIK
EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY

NO	ITEM PEKERJAAN	VOL	SAT	HARGA SAT	HARGA
1	2	3	4	5	6
A	Pekerjaan Lantai				
1	Pemasangan lantai keramik Platinum tipe lexis 50cm x 50cm	77.2	m ²	Rp 257,711.00	Rp 19,895,289.20
2	Pemasangan lantai keramik Roman tipe polka 15cm x30cm	10.45	m ²	Rp 145,600.00	Rp 1,521,520.00
3	Pemasangan lantai keramik Platinum tipe hugo grey 50cm x 50cm	36	m ²	Rp 257,711.00	Rp 9,277,596.00
				Sub Total	Rp 30,694,405.20
B	Pekerjaan Dinding				
1	Pembuatan dinding partisi gypsum	114.6	m ²	Rp 528,960.00	Rp 60,618,816.00
2	Pengecatan dinding	114.6	m ²	Rp 31,370.00	Rp 3,595,002.00
				Sub Total	Rp 64,213,818.00
C	Pekerjaan Plafon				
1	Pembuatan ceiling hollow, gypsumboard 9 mm	149.9	m ²	Rp 46,626.00	Rp 6,989,237.40
2	Pengecatan plafon	149.9	m ²	Rp 28,929.00	Rp 4,336,457.10
				Sub Total	Rp 11,325,694.50
D	Pekerjaan Furnitur				
1	Pembuatan stool 3 seater	4	unit	Rp 1,590,000.00	Rp 6,360,000.00
2	Pembuatan nakas	2	unit	Rp 354,000.00	Rp 708,000.00
3	Pembuatan meja kasir	1	unit	Rp 3,790,000.00	Rp 3,790,000.00
4	Pembuatan credenza 100cm x 45cm	1	unit	Rp 950,000.00	Rp 950,000.00
5	Pembuatan credenza 160cm x 40cm	1	unit	Rp 1,350,000.00	Rp 1,350,000.00
6	Pembuatan credenza 80cm x 20cm	2	unit	Rp 845,000.00	Rp 1,690,000.00
7	Pembuatan credenza 110cm x 45cm	1	unit	Rp 1,250,000.00	Rp 1,250,000.00
8	Pembuatan rak display batik	2	unit	Rp 3,675,000.00	Rp 7,350,000.00
9	Pembuatan display produk pakaian wanita DNI	2	unit	Rp 4,625,000.00	Rp 9,250,000.00
10	Pembuatan meja dan rak display batik jarak arum	2	unit	Rp 2,650,000.00	Rp 5,300,000.00
11	Pembuatan rak display alumunium finish cat	2	unit	Rp 1,850,000.00	Rp 3,700,000.00
12	Pembuatan rak display plywood finishing hpl	4	unit	Rp 4,450,000.00	Rp 17,800,000.00

LAMPIRAN

13	Pembuatan display produk pakaian pria DNI	2	unit	Rp 5,125,000.00	Rp 10,250,000.00
14	Pembuatan display produk kaos dory	1	unit	Rp 3,785,000.00	Rp 3,785,000.00
15	Pengadaan manequin display	8	unit	Rp 450,000.00	Rp 3,600,000.00
16	Pengadaan kursi kasir chitose CB Chair	2	unit	Rp 520,000.00	Rp 1,040,000.00
17	Pengadaan standing lamp	2	unit	Rp 450,000.00	Rp 900,000.00
18	Pembuatan standing lamp	4	unit	Rp 1,250,000.00	Rp 5,000,000.00
				Sub Total	Rp 84,073,000.00
E	Pekerjaan Kelistrikan				
1	Instalasi titik lampu	43	titik	Rp 367,500.00	Rp 15,802,500.00
2	Instalasi titik stop kontak	20	titik	Rp 273,210.00	Rp 5,464,200.00
3	Pemasangan lampu mini downlight 18 watt, warm white	8	titik	Rp 145,000.00	Rp 1,160,000.00
4	Pemasangan saklar ganda	5	titik	Rp 79,210.00	Rp 396,050.00
5	Pemasangan stop kontak dinding	20	titik	Rp 62,310.00	Rp 1,246,200.00
				Sub Total	Rp 24,068,950.00
F	Pekerjaan Lain-lain				
1	Pemasangan kabel telepon	1	buah	Rp 166,900.00	Rp 166,900.00
2	Pemasangan Sprinkler	38	buah	Rp 130,000.00	Rp 4,940,000.00
3	Pengadaan AC central duct	8	buah	Rp 1,200,000.00	Rp 9,600,000.00
4	Pengadaan CCTV dome	9	buah	Rp 526,000.00	Rp 4,734,000.00
5	Pengadaan samsung LED TV 32" UA32J4003	1	buah	Rp 4,166,000.00	Rp 4,166,000.00
6	Pembuatan signage pusat kerajinan batik dan textil	1	unit	Rp 687,000.00	Rp 687,000.00
7	Pembuatan display batik tulis jarak arum	1	unit	Rp 2,150,000.00	Rp 2,150,000.00
8	Pembuatan infografis brand, produk dan lokasi bangunan	1	unit	Rp 750,000.00	Rp 750,000.00
9	Pembuatan gate area display batik jarak arum + dni	4	unit	Rp 4,850,000.00	Rp 19,400,000.00
10	Pembuatan elemen estetis rak display DNI	1	unit	Rp 1,750,000.00	Rp 1,750,000.00
11	Pembuatan elemen estetis rak display batik tulis jarak arum	1	unit	Rp 678,000.00	Rp 678,000.00
12	Pembuatan gate area display DNI + dory	4	unit	Rp 4,645,000.00	Rp 18,580,000.00

LAMPIRAN

13	Pembuatan elemen estetis pola geometris + hidden lamp	1	unit	Rp 375,000.00	Rp 375,000.00
14	Pembuatan area fitting room	2	unit	Rp 1,275,000.00	Rp 2,550,000.00
				Sub Total	Rp 70,526,900.00
				JUMLAH	Rp 284,902,767.70

LAMPIRAN

LAMPIRAN



LAMPIRAN



ANALISA HSPK PEKERJAAN DESAIN INTERIOR RUANG BATIK

Uraian Kegiatan	KOEF	Satuan	Harga Satuan		Jumlah Harga	
Pemasangan Plafon Gypsum 9 mm						
Upah:						
Mandor	0.005	OH	Rp	158,000.00	Rp	790.00
Kepala Tukang	0.005	OH	Rp	148,000.00	Rp	740.00
Tukang	0.05	OH	Rp	121,000.00	Rp	6,050.00
Pembantu Tukang	0.1	OH	Rp	110,000.00	Rp	11,000.00
Jumlah:					Rp	18,580.00
Bahan:						
Gypsum Board Tebal 4 mm	0.364	Lembar	Rp	70,100.00	Rp	25,516.40
Paku Triplek	0.11	Kg	Rp	23,000.00	Rp	2,530.00
Jumlah:					Rp	28,046.40
Nilai HSPK:					Rp	46,626.40

Pengecatan Dinding Baru						
Upah:						
Mandor	0.0025	OH	Rp	158,000.00	Rp	395.00
Kepala Tukang Cat	0.0063	OH	Rp	148,000.00	Rp	932.40
Tukang Cat	0.063	OH	Rp	121,000.00	Rp	7,623.00
Pembantu Tukang	0.025	OH	Rp	110,000.00	Rp	2,750.00
Jumlah:				Rp		11,700.40
Bahan:						
Cat Tembok 2.5 Kg	0.1	Kaleng	Rp	145,500.00	Rp	14,550.00
Dempul Tembok	0.1	Kg	Rp	34,500.00	Rp	3,450.00
Kertas Gosok Halus	0.1	Lembar	Rp	16,700.00	Rp	1,670.00
Jumlah:				Rp		19,670.00
Nilai HSPK:				Rp		31,370.40

Pemasangan Partisi Double Gypsum 12mm Rangka Metal Stud						
Upah:						
Mandor	0.075	OH	Rp	158,000.00	Rp	11,850.00
Kepala Tukang	0.045	OH	Rp	148,000.00	Rp	6,660.00
Tukang	0.45	OH	Rp	121,000.00	Rp	54,450.00
Pembantu Tukang	0.15	OH	Rp	110,000.00	Rp	16,500.00
Jumlah:				Rp		89,460.00
Bahan:						
Paku Asbes Sektrup 4 Inchi	28	Buah	Rp	7,800.00	Rp	218,400.00
Rangka Metal Stud	0.0154	M3	Rp	4,707,800.00	Rp	72,500.12
Gypsum Board	1	Lembar	Rp	148,600.00	Rp	148,600.00
Jumlah:				Rp		439,500.12
Nilai HSPK:				Rp		528,960.12

Pemasangan Tegel Keramik 50x50 cm						
Upah:						
Mandor	0.035	OH	Rp	158,000.00	Rp	5,530.00
Kepala Tukang	0.035	OH	Rp	148,000.00	Rp	5,180.00

Pemasangan Titik Lampu

Upah:						
Kepala Tukang	0.05	OH	Rp	148,000.00	Rp	7,400.00
Tukang	0.5	OH	Rp	121,000.00	Rp	60,500.00
Pembantu Tukang	0.3	OH	Rp	110,000.00	Rp	33,000.00
				Jumlah:	Rp	100,900.00
Bahan:						
Kabel NYM 3 X 2,5 mm	10	Meter	Rp	19,500.00	Rp	195,000.00
Isolator	4	Unit	Rp	7,800.00	Rp	31,200.00
Fiting Plafon	1	Buah	Rp	18,200.00	Rp	18,200.00
Pipa Pralon 5/8	2.5	Batang	Rp	7,800.00	Rp	19,500.00
T Doos Pvc	1	Buah	Rp	2,700.00	Rp	2,700.00
				Jumlah:	Rp	266,600.00
				Nilai HSPK:	Rp	367,500.00

Lampiran 2: Data Kuisioner

Kuisioner dilakukan narasumber untuk mengetahui respon masyarakat tentang Kawasan dolly dan pemanfaatan Ex-Wisma Barbara. daftar pertanyaan yang diberikan yaitu:

- Data diri
- Pernahkah anda mengunjungi Kawasan Dolly?
- kapan terakhir kali anda mengunjungi kawasan dolly?
- Apakah anda mengetahui Penutupan kawasan lokalisasi dolly ditahun 2014 ?
- Apakah anda setuju adanya penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Setuju Alasan apa yang membuat anda menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly?
- Jika Tidak setuju, Alasan apa yang membuat anda tidak menyetujui penutupan kawasan lokalisasi dolly
- Paska penutupan, bidang apa yang menjadi prioritas untuk dibenahi?
- Paska penutupan, apakah anda mengetahui rencana pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata?
- Apakah anda setuju jika dolly menjadi kampung wisata?
- jika setuju, Jenis wisata apa yang cocok untuk kawasan dolly
- Apakah pengembangan kawasan dolly menjadi kawasan wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian kawasan dolly paska penutupan?
- Apakah anda mengetahui wisma barbara?
- Apa yang anda pikirkan ketika mendengar nama wisma barbara?
- Apakah anda mengetahui status wisma barbara yang sudah mejadi hak milik Pemkot Surabaya?
- Apakah anda setuju jika wisma barbara diredesign menjadi pusat pengembangan masyarakat?
- Jika setuju, Fasilitas apa yang harus dimiliki wisma barbara?
- Langgam desain mana yang menurut anda cocok untuk pengembangan dan pemanfaatan wisma barbara kedepan?

Kuisioner diseber ke anggota Gerakan Melukis Harapan dan mahasiswa ITS, anggota Gerakan Melukis Harapan dipilih sebagai responden karena anggota gerakan melukis harapan sudah mengetahui kondisi kawasan Jarak-Dolly saat ini, sehingga harapannya responden bisa memilih pilihan yang dilatar belakang yang sudah diketahui sebelumnya, mahasiswa ITS juga diminta untuk

mengisi kuisioner untuk mengetahui pengetahuan dan pendapat anak muda mengenai pengembangan kawasan Jarak-Dolly. Kuisioner ini diambil ketika penulis menyusun latar belakang desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak Dolly di akhir tahun 2016. Jumlah Responden 30 dengan semua responden pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly.

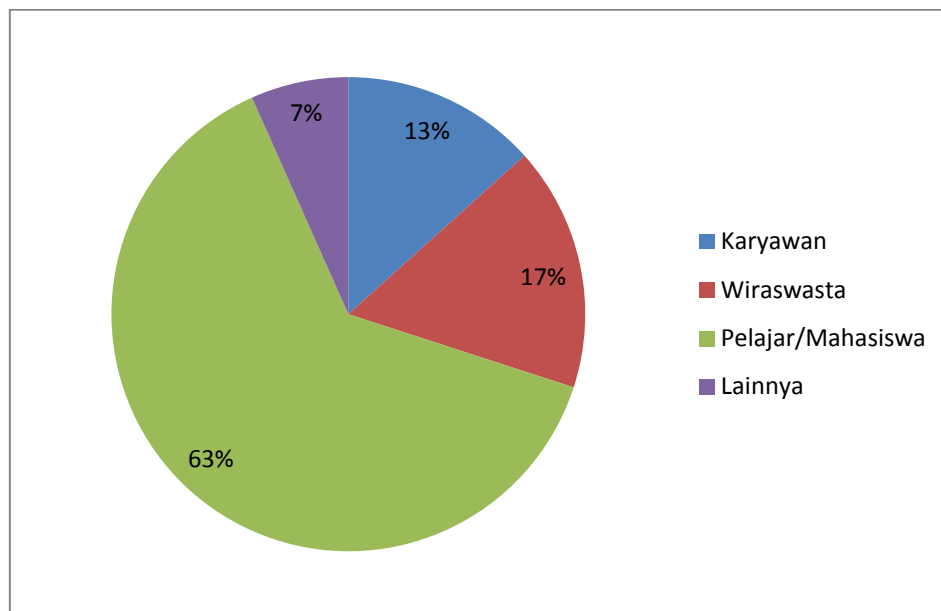
Data Kuisioner

Responden : 30

Jenis kelamin :

- Laki-Laki : 12
- Perempuan : 18

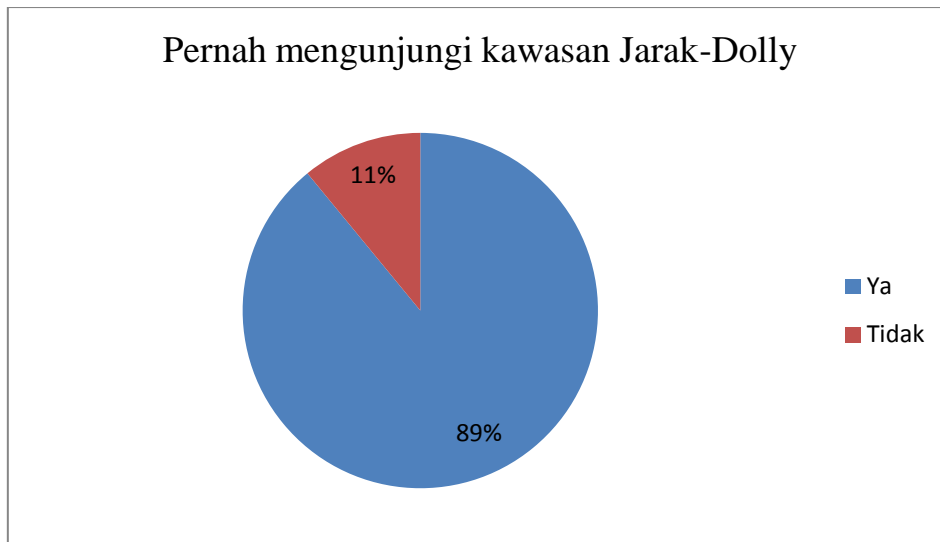
1. Latar belakang responden



Gambar 4.3 Hasil kuisioner latar belakang responden

Sumber : Karya Penulis

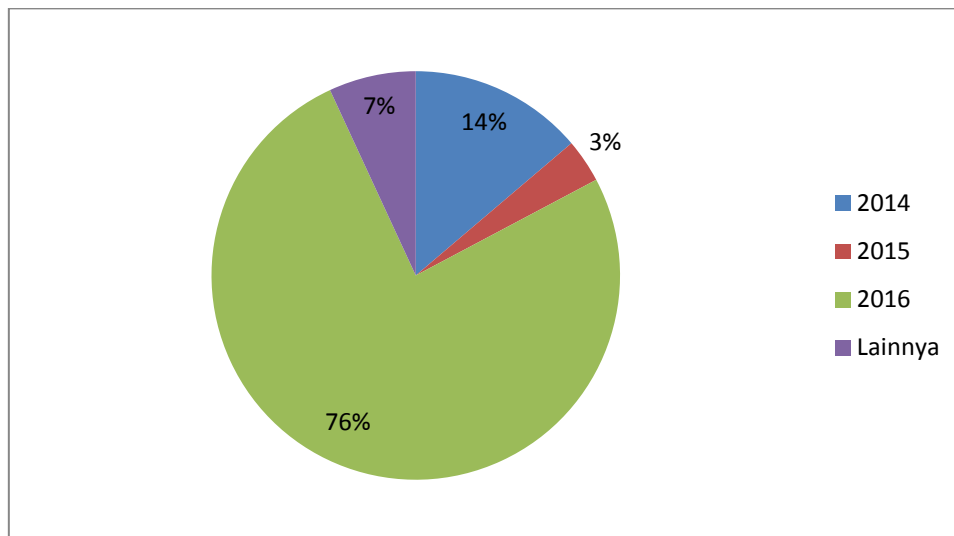
2. Pernahkah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly



Gambar 4.4 Hasil kuisioner mengunjungi kawasan Jarak-Dolly

Sumber : Karya Penulis

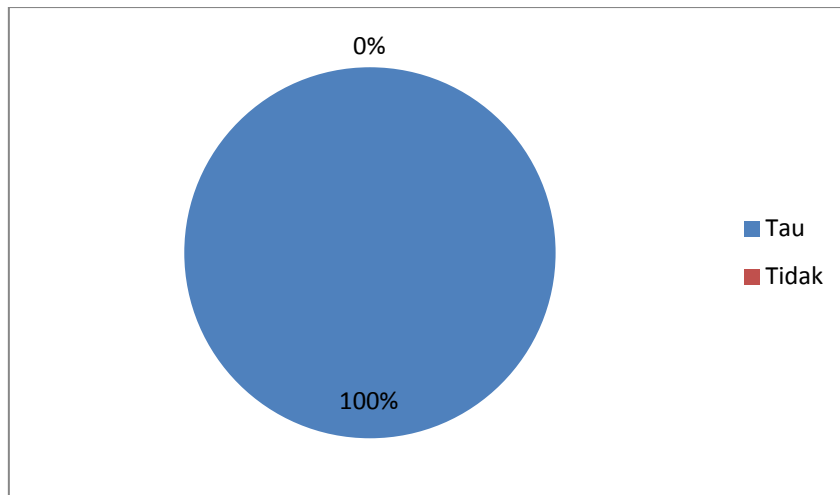
3. Kapan terakhir kali mengunjungi kawasan Jarak-Dolly?



Gambar 4.5 Hasil kuisioner tahun mengunjungi Jarak-Dolly

Sumber : Karya Penulis

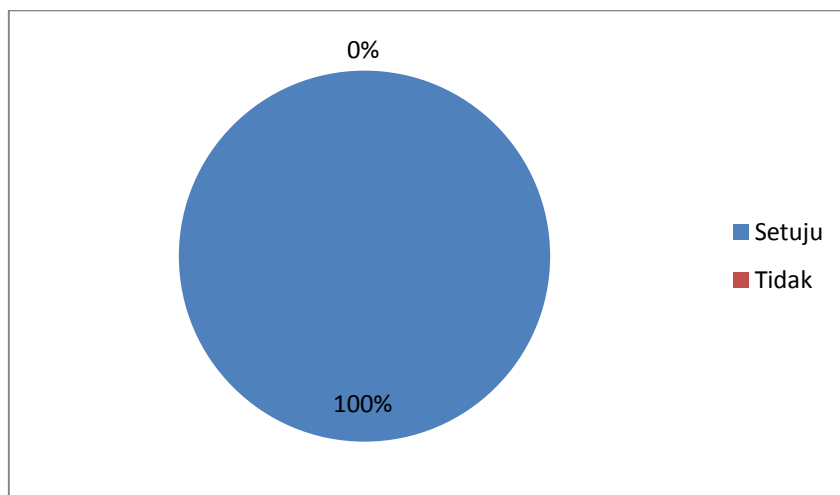
4. tahukah anda tentang penutupan kawasan Jarak-Dolly?



Gambar 4.6 Hasil kuisioner pengetahuan responden tentang penutupan

Sumber : Karya Penulis

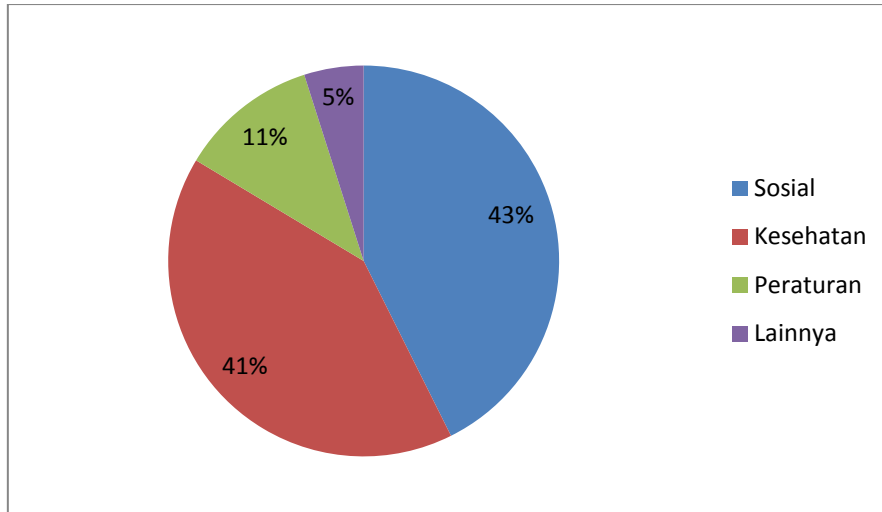
5. Apakah anda setuju ditutupnya Kawasan Lokalisasi Dolly?



Gambar 4.7 Hasil kuisioner tentang setuju atau tidak terhadap penutupan

Sumber : Karya Penulis

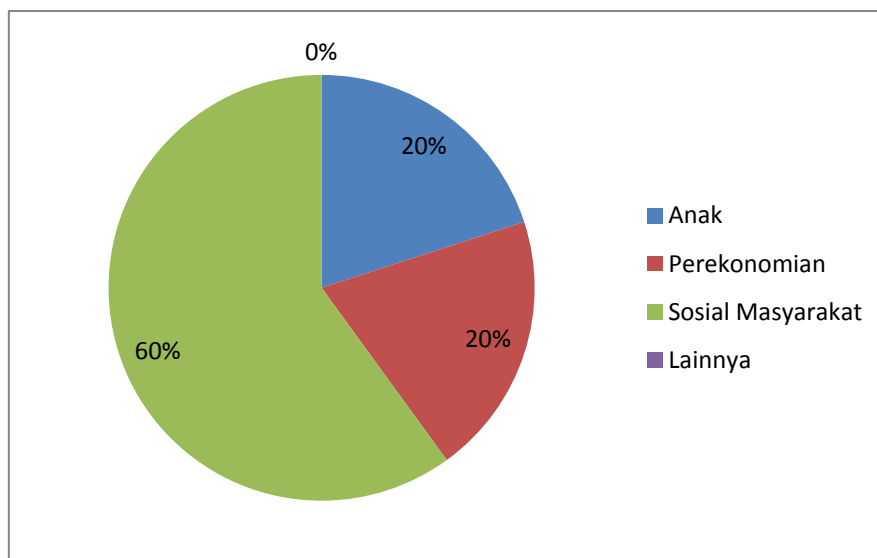
6. Jika setuju, Alasan apa yang membuat anda menyetujui penutupan Kawasan Lokalisasi Dolly?
(Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan)



Gambar 4.8 Hasil kuisioner alasan setuju penutupan

Sumber : Karya Penulis

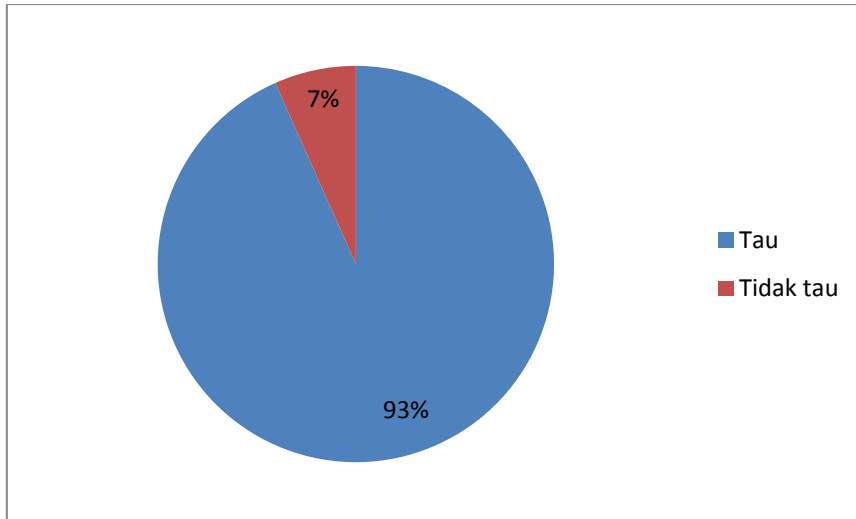
7. Setelah penutupan, bidang apa yang menjadi prioritas untuk dibenahi?



Gambar 4.9 Hasil kuisioner prioritas pembenahan

Sumber : Karya Penulis

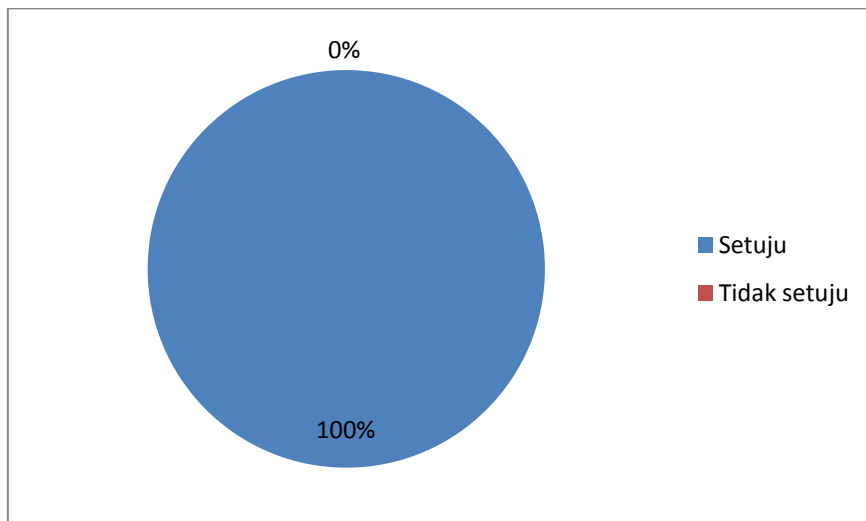
8. Setelah penutupan, taukah anda tentang rencana pengembangan kawasan dolly menjadi obyek wisata?



Gambar 4.10 Hasil kuisioner rencana pengembangan

Sumber : Karya Penulis

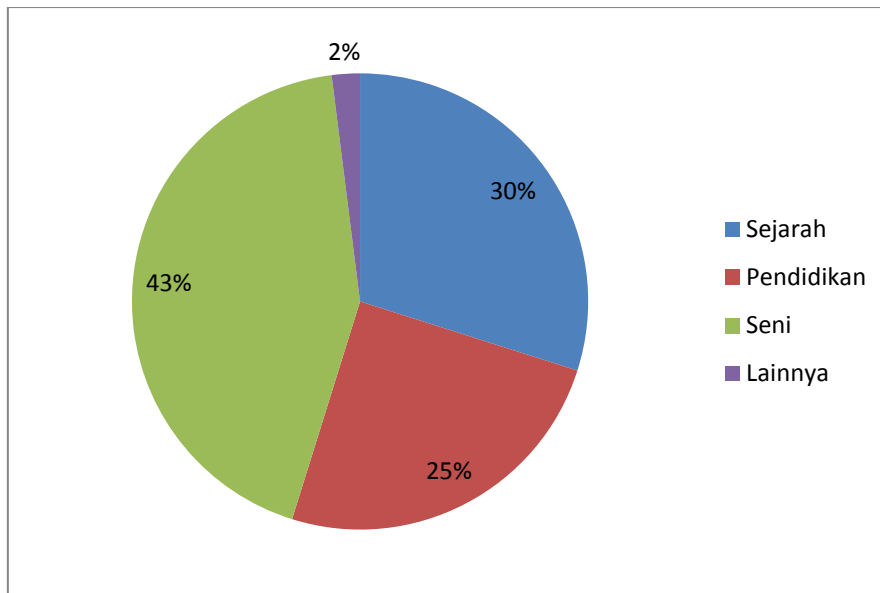
9. Apakah anda setuju jika Kawasan Dolly menjadi objek wisata?



Gambar 4.11 Hasil kuisioner objek wisata

Sumber : Karya Penulis

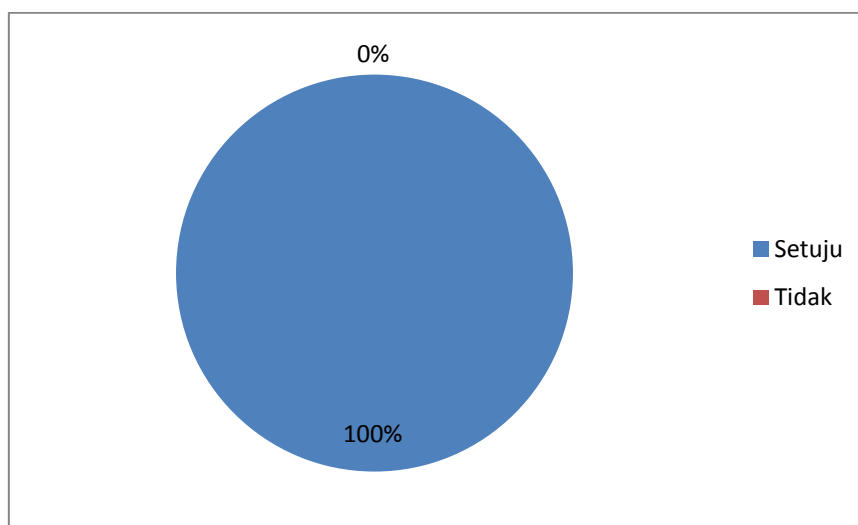
10. Jika setuju, jenis wisata apa yang cocok untuk Kawasan Dolly? (Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan)



Gambar 4.12 Hasil kuisioner jenis wisata

Sumber : Karya Penulis

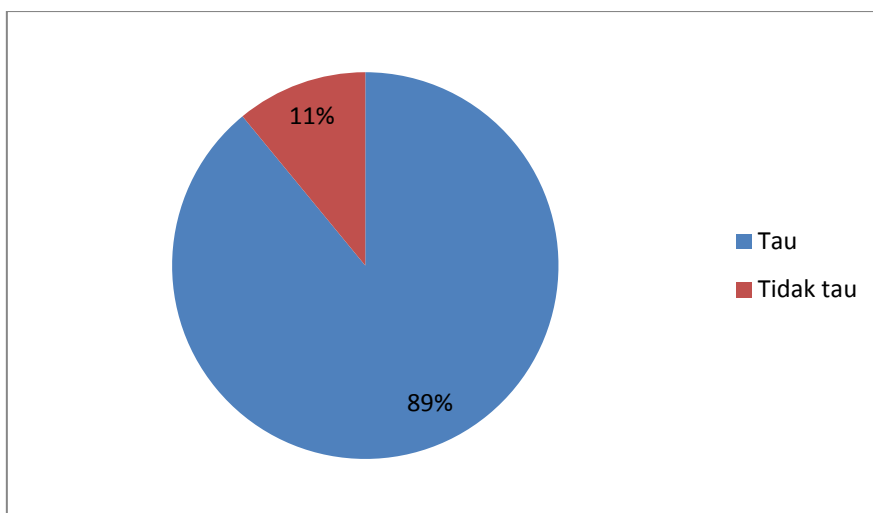
11. Apakah pengembangan obyek wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian Kawasan Dolly setelah penutupan?



Gambar 4.13 Hasil kuisioner pengaruh objek wisata mengunjungi Jarak-Dolly

Sumber : Karya Penulis

12. Apakah anda mengetahui Wisma Barbara?

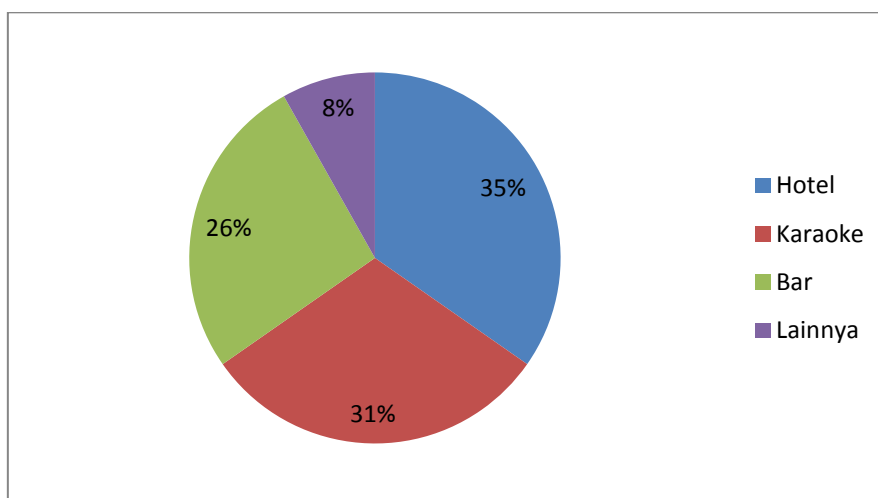


Gambar 4.14 Hasil kuisioner pengetahuan wisma barbara

Sumber : Karya Penulis

13. Apa yang anda pikirkan ketika mendengar nama Wisma Barbara?

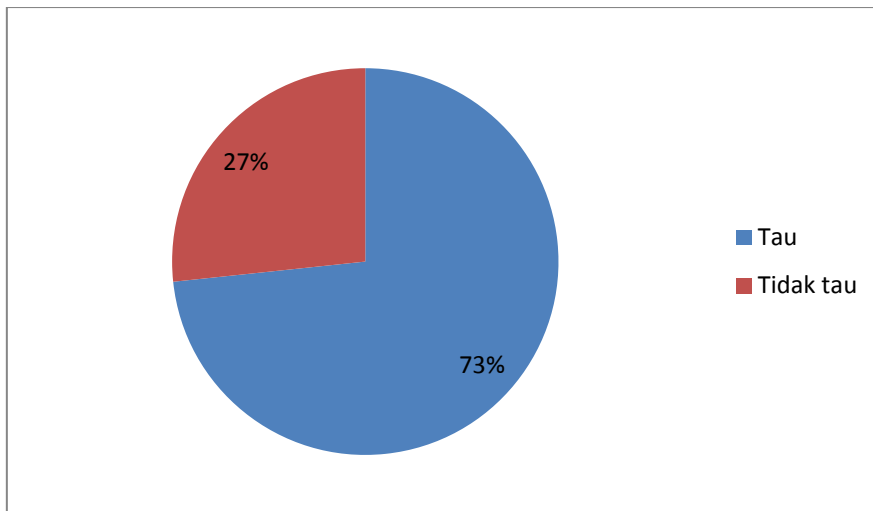
Catatan: responden bisa memilih lebih dari satu pilihan



Gambar 4.15 Hasil kuisioner wisma barbara

Sumber : Karya Penulis

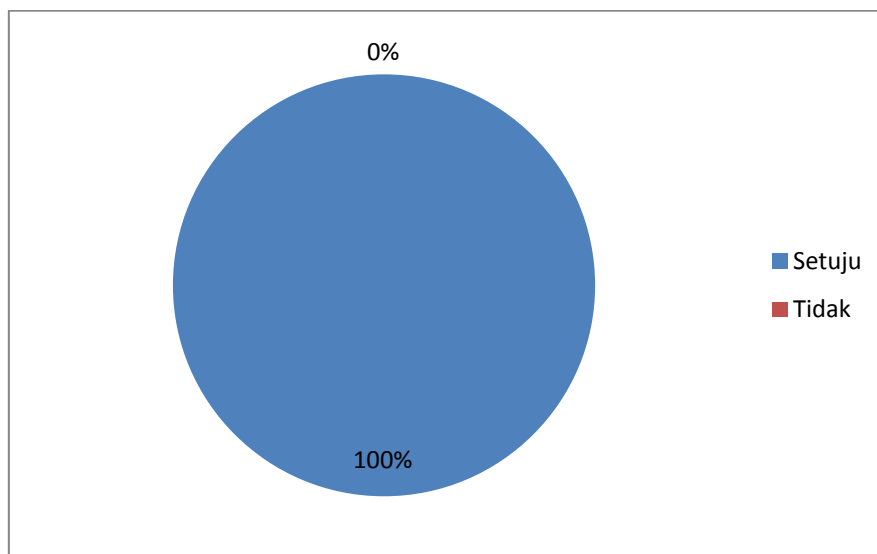
14. Apakah anda mengetahui status Wisma Barbara yang sudah menjadi milik Pemkot Surabaya?



Gambar 4.16 Hasil kuisioner wisma barbara

Sumber : Karya Penulis

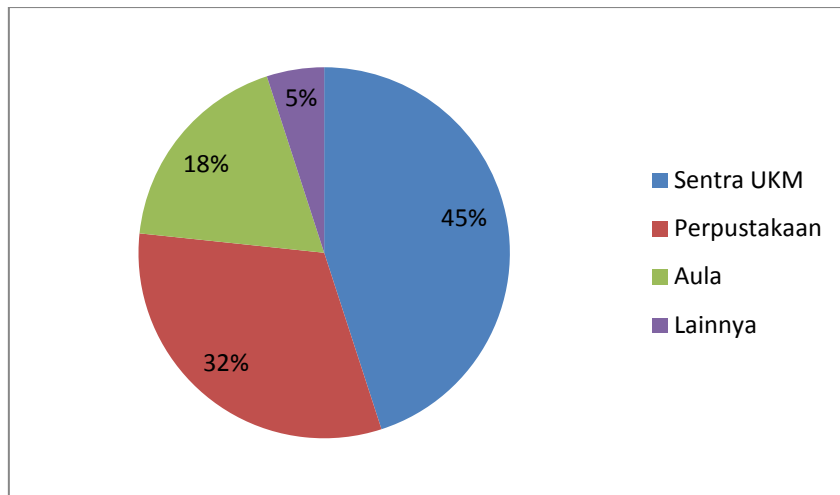
15. Apakah anda setuju jika wisma barbara di Desain menjadi pusat pengembangan masyarakat?



Gambar 4.17 Hasil kuisioner wisma barbara

Sumber : Karya Penulis

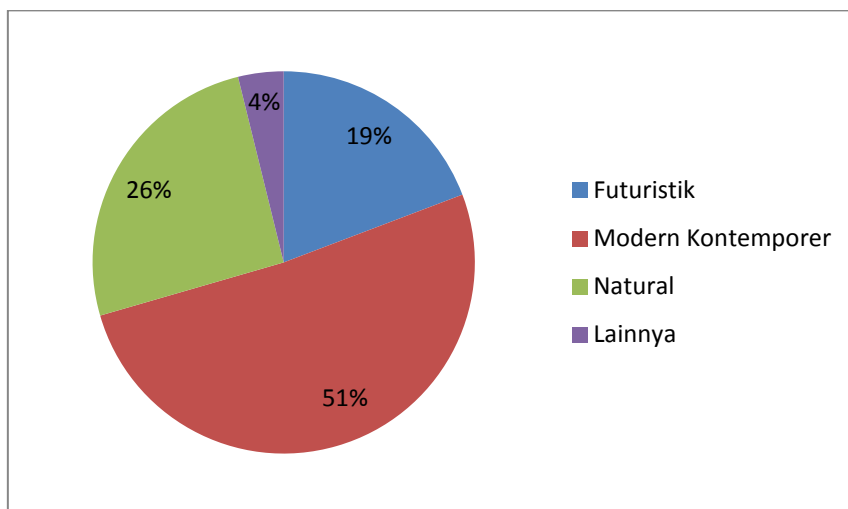
16. Jika setuju, Fasilitas apa yang ditambahkan pada Ex-Wisma Barbara?



Gambar 4.18 Hasil kuisioner fasilitas wisma barbara

Sumber : Karya Penulis

17. Laggam desain interior mana yang menurut anda cocok untuk desain Ex-Wisma Barbara kedepannya? (Catatan: Pilihan disertai gambar interior laggam)



Gambar 4.19 Hasil kuisioner tahun mengunjungi Jarak-Dolly

Sumber : Karya Penulis

Kesimpulan yang bisa didapat dari pilihan jawaban responden adalah:

- Mayoritas responden adalah mahasiswa dengan total 63% dari 30 orang responden, diurutan kedua adalah wiraswasta persentasi dengan 17%, ketiga adalah karyawan dengan persentasi 13% dan terakhir adalah jenis pekerjaan lainnya dengan persentase 7%.
- 89% responden pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly

- Detail waktu kunjungan dari 89% responden yang pernah mengunjungi kawasan Jarak-Dolly yaitu 76% responden mengunjungi kawasan di tahun 2016, 3% di tahun 2015, 14% ditahun 2014 dan 7% di tahun lainnya.
- 100% dari 30 responden mengetahui tentang adanya penutupan kawasan lokalisasi Jarak-Dolly
- 100% responden setuju terhadap adanya penutupan kawasan Jarak-Dolly
- 43% responden setuju penutupan karena alasan sosial, 41% karena alasan kesehatan, 11% karena alasan peraturan, dan 5% karena alasan lainnya misalnya moral dan agama.
- 60% responden memprioritaskan bidang sosial masyarakat untuk dibenahi setelah penutupan, 20% bidang perekonomian dan 20% bidang anak.
- 93% responden mengetahui rencana kawasan Jarak-Dolly akan dikembangkan menjadi objek wisata.
- dan 100% responden setuju terhadap rencana pengembanga Jarak-Dolly menjadi objek wisata.
- untuk pertanyaan mengenai jenis wisata apa yang cocok untuk kawasan Jarak-Dolly, 43% memilih bidang seni, 30% sejarah, 25% pendidikan dan 2% jenis wisata lainnya.
- 100% responden setuju pengembangan Jarak-Dolly menjadi objek wisata mampu menghidupkan kembali perekonomian kawasan Jarak-Dolly.
- 89% responden mengetahui tentang Wisma Barbara
- Saat mendengar Wisma Barbara 35% memikirkan tentang hotel, 31% karaoke, 26% bar dan 8% untuk kata lainnya.
- 73% responden mengetahui Wisma Barbara sudah menjadi milik Pemerintah Kota Surabaya.
- 100% responden setuju Wisma Barbara menjadi bangunan pusat pengembangan masyarakat.
- untuk fasilitas yang akan ditambahkan 45% responden memilih Sentra UKM, 32% perpustakaan, 18% aula dan 5% pilihan fasilitas lainnya.
- Pemilihan langgam desain, 51% responden mimilih langgam desain modern kontemporer, 26% natural, 19% fururistik dan 4% untuk pilihan langgam lainnya.

Hasil dari kuisisioner tersebut akan manjadi latar belakang bagi penulis dalam desain interior Ex-Wisma Barbara sebagai Sentra UKM kawasan Jarak-Dolly.

Lampiran 3: Data Wawancara

Pengumpulan data dengan metode wawancara dilakukan penulis ketika melakukan kunjungan dan observasi ke tempat-tempat terkait, beberapa diantaranya.

Tanya jawab singkat dengan perwakilan Dinas Cipta Karya Dan Tata Ruang Pemerintah Kota Surabaya. (pertanyaan dan jawaban)

Penulis : Apa rencana pemerintah kota terhadap bangunan ex-wisma barbara?

Narasumber : Pemerintah kota sudah memiliki rencana untuk bangunan ex-Wisma Barbara, rencana pemerintah kota adalah bangunan wisma barbara nantinya akan difungsikan untuk beberapa fungsi. Dilantai 2 dan 3 direncanakan untuk pasar Modern, yang terdiri dari pasar modern pusat oleh-oleh dan kerajinan, nantinya akan terdapat kios-kios berjejeran seperti pasar modern pada umumnya. pada lantai 4 terdapat food court dan dilantai 5 terdapat BLC dan perpustakaan dan dilantai 5 terdapat aula untuk keperluan masyarakat Jarak-Dolly.

Penulis: Apakah rencana desain tersebut sudah direalisasikan

Narasumber: Saat ini proyek tersebut dihentikan karena ada permasalahan di proyek renovasi, jadi proyek renovasi didahulukan. Untuk penerapan rencana diatas juga masih didiskusikan kembali oleh dinas PU dan cipta karya.

Penulis: Apakah ada kendala atau masalah dalam penerapan rencana tersebut ke bangunan wisma barbara nantinya?

Narasumber: Pertimbangannya adalah cocok apa tidaknya nantinya jika bangunan wisma akan diterapkan menjadi pasar modern karena adanya pertimbangan lokasi saat ini yang masih dalam tahap awal dan perencanaan. Karena jika sudah direalisasikan sekarang takutnya pasar modernnya akan sepi dan tidak ada penjual yang berminat.

Penulis: dari cerita bapak proyek apa yang sedang dilakukan di gedung ex-Wisma Barbara?

Narasumber: Proyek saat ini adalah renovasi dan penguatan konstruksi . Kamar-kamar yang ada dilantai 2 dibongkar dan akan menjadi ruangan kosong. jadi nanti akan mudah untuk dibagi menjadi fungsi ruangan yang baru.

Data tanya jawab singkat dengan Mbak Piala, Koordinator Melukis Harapan bidang bisnis sosial samijali

Penulis: Bagaimana kondisi UKM di dolly saat ini mbak?

Narasumber: Saat ini gmh sedang membina UKM-UKM baru dikabasan Jarak-Dolly, kondisinya UKM masih baru berdiri, jadi para pelaku UKM dari masyarakat dolly masih harus dibina, mulai dari management nya, teknisnya. administrasi dan hal lain.

Penulis: Bagaimana perkembangan UKM-UKM tersebut

Narasumber: Masih ada masalah-masalah yang kebanyakan berasal dari para pelaku UKM karena kebanyakan mereka masih baru untuk memulai sebuah bisnis. Gerakan Melukis harapan juga akan konsisten dalam membina dan puji syukur setiap harinya menunjukkan perkembangan.

Penulis: Apa kendala di UKM-UKM tersebut

Narasumber: Kendala UKM saat ini lebih banyak di kemampuan para pelaku UKM nya yang masih harus dibina karena mereka baru memulai bisnis tersebut. Dan saat ini UKM-UKM masih belum memiliki fasilitas untuk menjual produk mereka dan juga masih terbatas dalam fasilitas produksi

Penulis: Mbak adalah koordinator UKM Samijali, Bisa dijelaskan sedikit tentang UKM tersebut mbak?

Narasumber: Samijali adalah UKM yang pertama kali ada di kawasan dolly, dan GMH sudah masuk dari awal UKM ini terbentuk. Samijali saat ini menjual produk samiler, dan memiliki rencana kedepan untuk menjual produk lain. Setelah melalui beberapa proses dan kendala, saat ini samijali sudah dinikmati dan cukup dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat kota surabaya.

Panulis: Adakah kendala dalam UKM Samijali?

Narasumber: Saat ini kendalanya lebih banyak di internal pelaku samijali, misalnya masalah koordinasi internal dan sejenis. Saat ini juga sedang mencari tools marketing untuk penjualan produk

Penulis: Apakah samijali sudah memiliki fasilitas untuk menjual produk

Narasumber: saat ini samijali sudah bekerja sama dengan tempat penjualan oleh-oleh misalnya lapis surabaya, bekerjasama dengan kelas tecnopreneur ITS, media sosial, dan balai RT di kampung samijali

Penulis: apakah samijali sudah memiliki tempat penjualan sendiri dikawasan Dolly dalam mendukung rencana dolly sebagai kampung wisata kedepannya.

Narasumber: belum ada, saat ini samijali dipinjami Balai RT yang juga digunakan jika ada yang berkunjung dan ingin membeli produk, namun posisi balai RT masih jauh dari jalan utama, dan tetap harus menyesuaikan jika ada agenda masyarakat sekitar.

Penulis: apakah mbak setuju jika ada tempat dikawasan Jarak-Dolly yang khusus menjual produk ukm masyarakat Jarak-Dolly

Narasumber: Setuju, kerena saat ini memang belum ada, jika ada hal itu bisa membantu dan meningkatkan galiat ukm masyarakat Jarak-Dolly

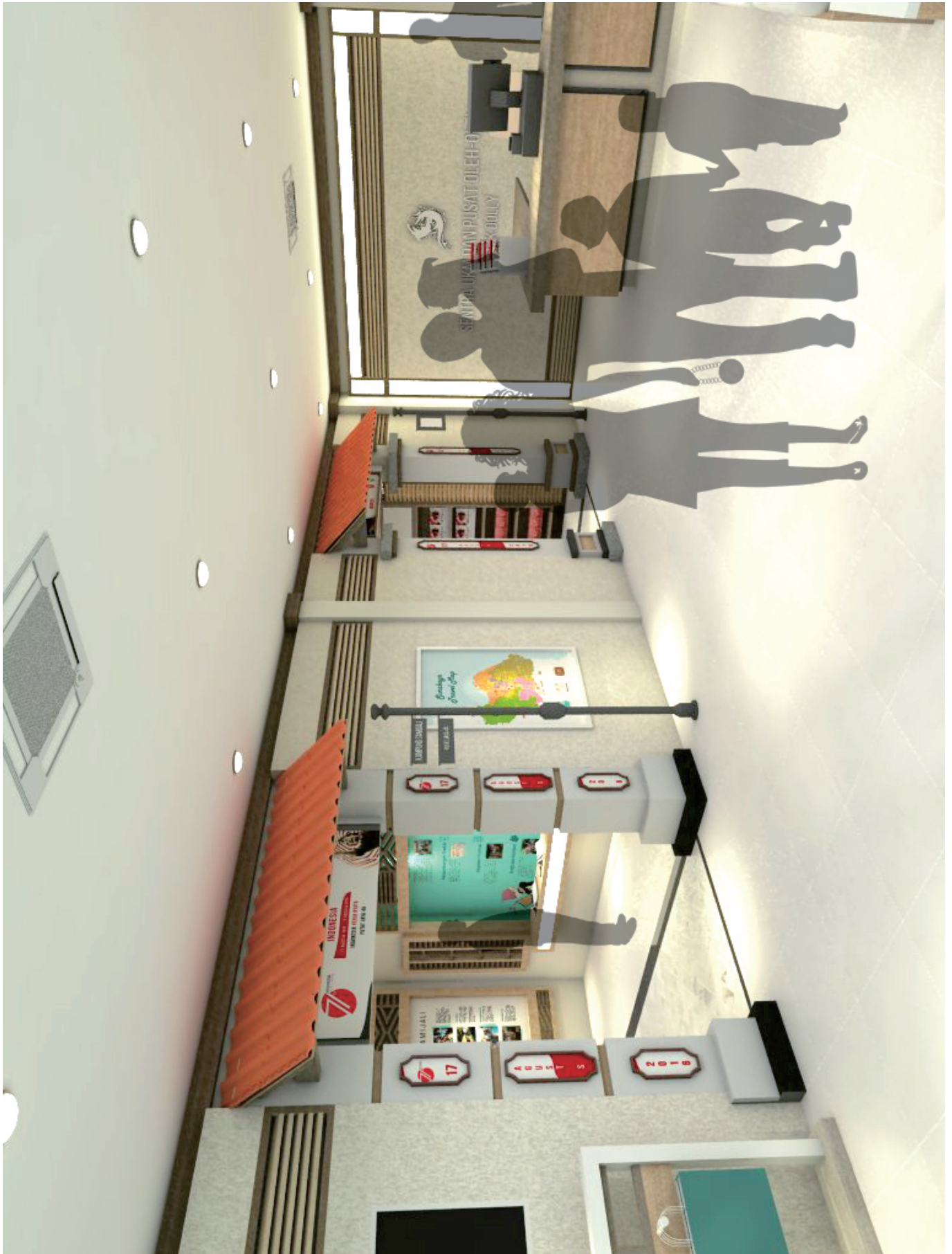
Penulis: jika direalisasikan, area *display* apa yang dibutuhkan oleh UKM samijali?

Narasumber: Tidak ada desain khusus, yang penting terdapat fasilitas untuk menata produk samijali yang menarik. misalnya lemari atau rak, kursi atau meja signage, dan kebutuhan publikasi lainnya

Dokumentasi diatas adalah sedikit dokumentasi interaksi penulis dengan masyarakat Jarak-Dolly, Selama proses tersebut penulis dibantu oleh gerakan melukis harapan yang sekaligus organisasi yang diikuti oleh penulis saat ini, dalam mengaplikasikan minat terhadap pengabdian masyarakat dan keilmuan desain Interior.

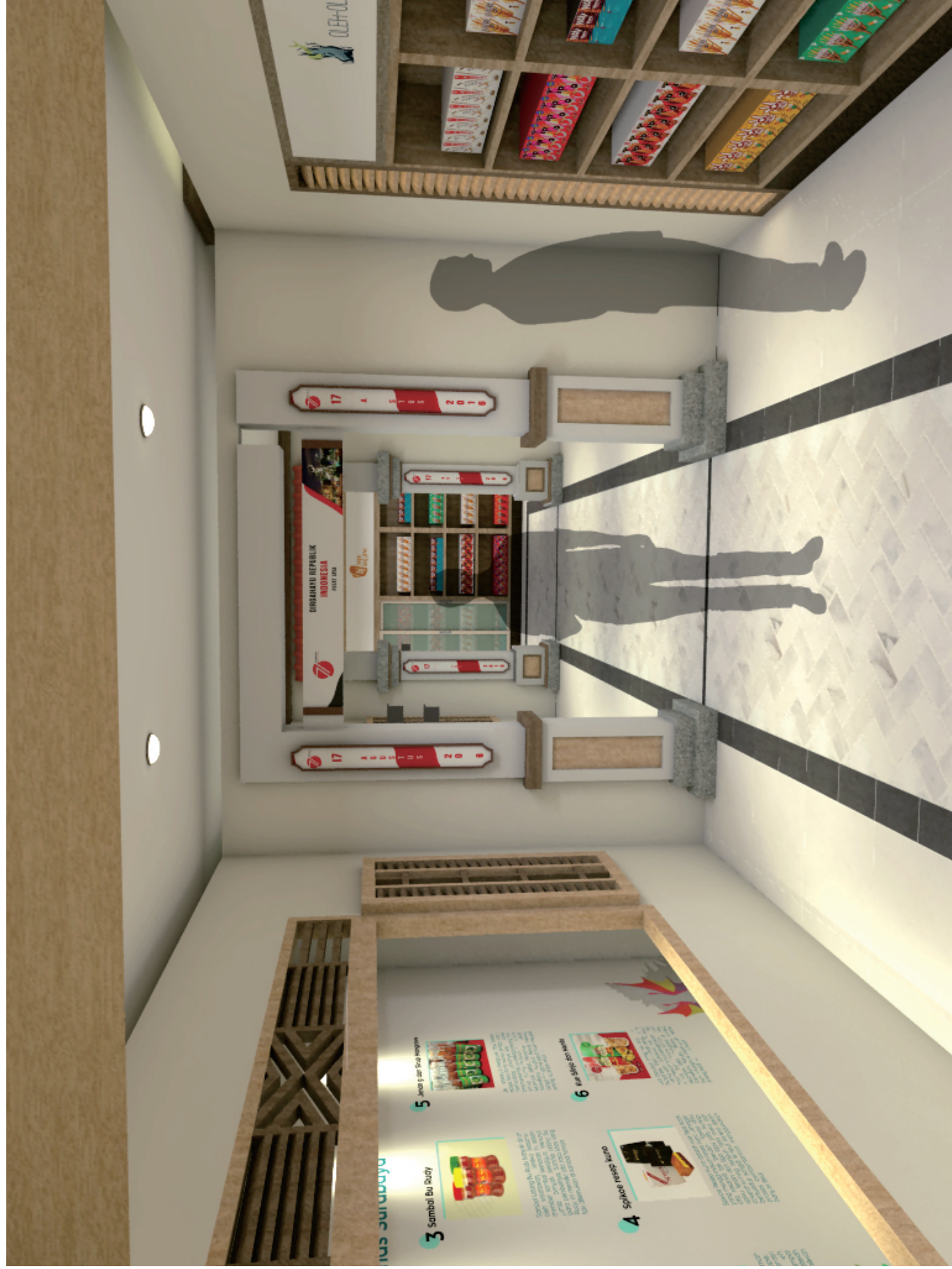
Lampiran 4: Hasil 3D

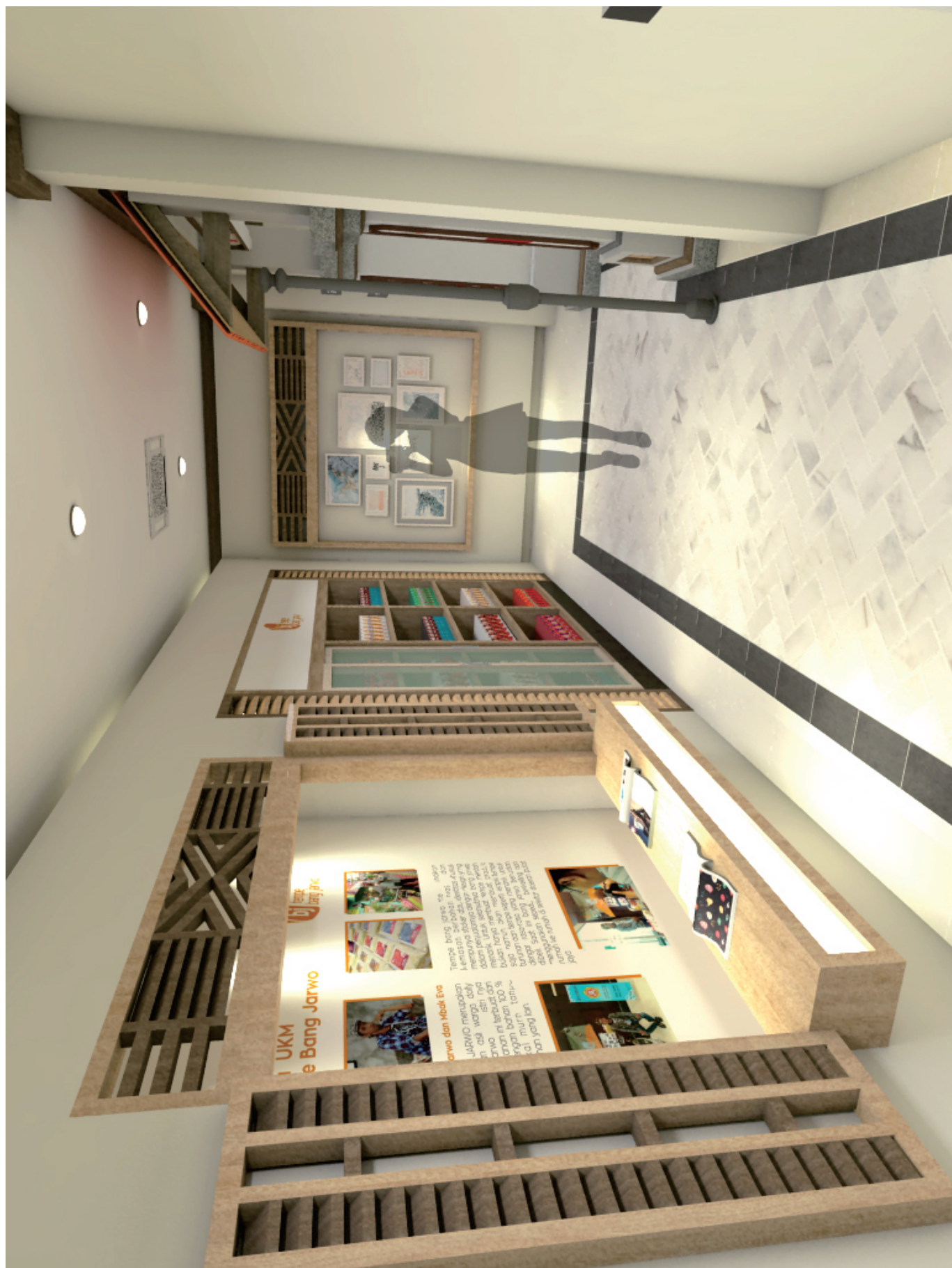
Ruang Terpilih 1, Sentra UKM dan Pusat Oleh-Oleh

























Ruang Terpilih 3, Pusat Kerajinan Batik dan Textil









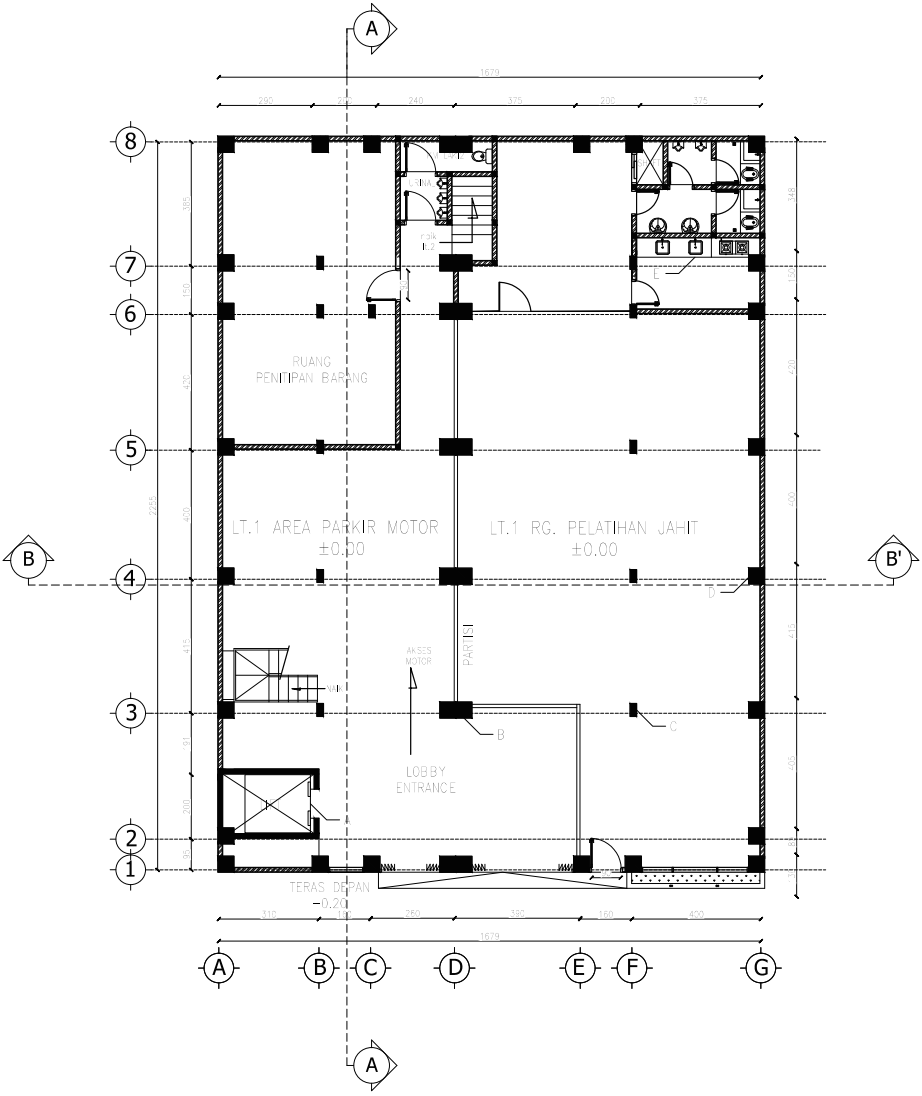








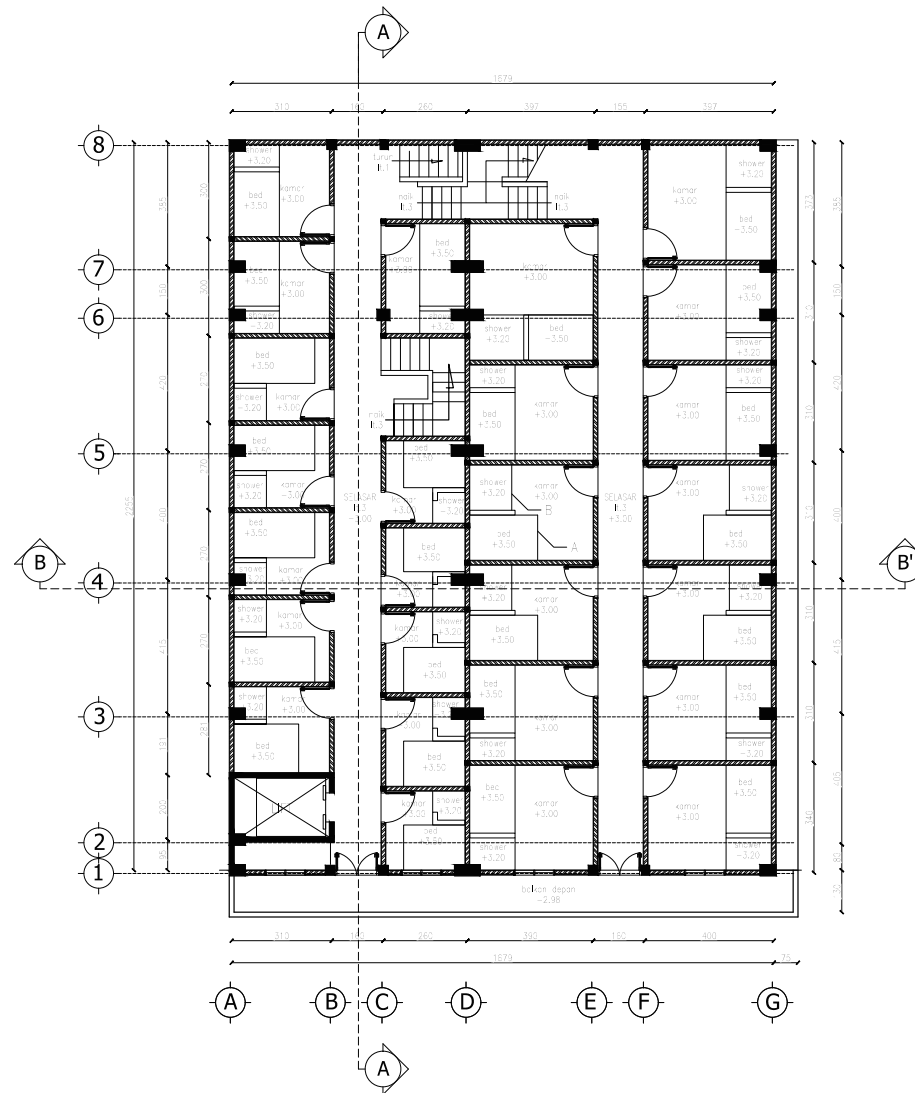




KETERANGAN
A. LIFT B. KOLOM 100 CM X 50 CM C. KOLOM 20 CM X 40 CM D. KOLOM 50 CM X 50 CM D. PANTRY

 DENAH EKSISTING LANTAI 1
SKALA 1 : 100 SATUAN : mm

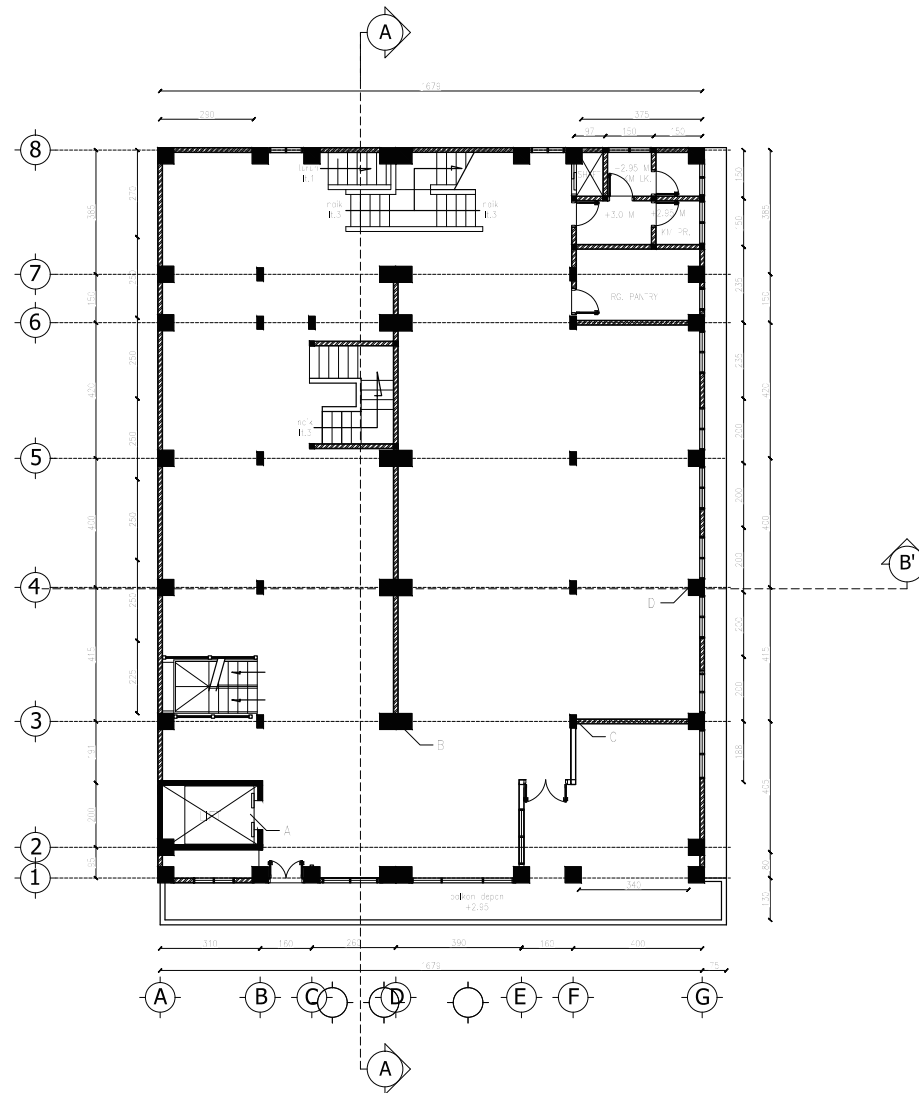
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP – ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1:100		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH EKSISTING LANTAI 1		



KETERANGAN
A. TATAKAN KASUR 210 CM X 140 CM X 50 CM
B. AREA SHOWER
SAAT INI LANTAI 2 SEDANG DALAM PROYEK RENOVASI. KAMAR-KAMAR YANG ADA AKAN DIBONGKAR.


DENAH EKSISTING LANTAI 2
 SKALA 1 : 100 SATUAN : mm

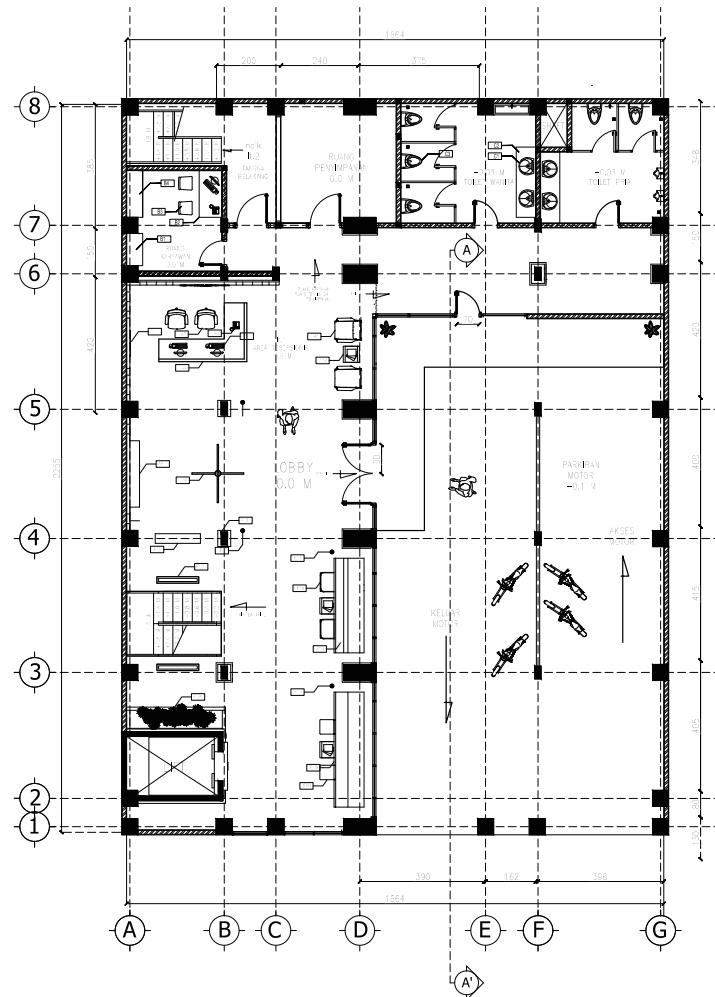
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP – ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1:100		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH EKSISTING LANTAI 2		



KETERANGAN
<p>A. LIFT B. KOLOM 100 CM X 50 CM C. KOLOM 20 CM X 40 CM D. KOLOM 50 CM X 50 CM D. PANTRY</p> <p>LANTAI 3 EKSISTING MASIH KOSONG, BARU SELESAI TAHAN RENOVASI, SUDAH DICAT ULANG, DIBERI LANTAI KERAMIK DAN PLAFON GIBSUM.</p>


DENAH EKSISTING LANTAI 3
SKALA 1 : 100 SATUAN : mm

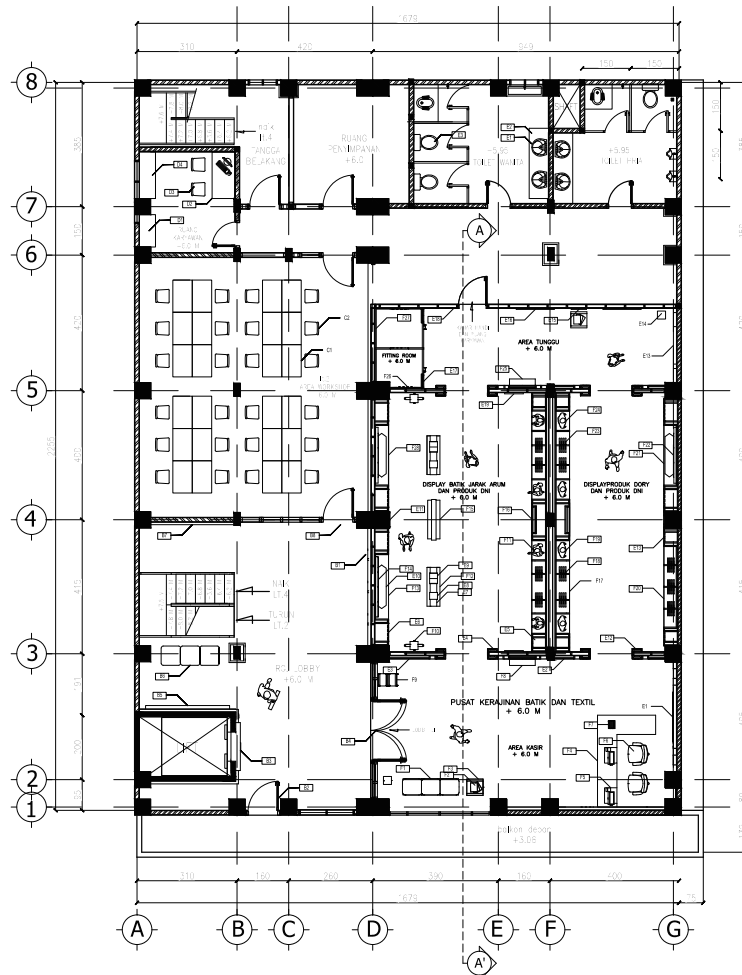
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1:100		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH EKSISTING LANTAI 3		



KETERANGAN	
AREA LOBBY	
A1 :	ELEMEN ESTETIS DAN SIGNAGE
A2 :	MATERIAL MULTIPLEX / FINISHING HPL
A3 :	KURSI KERJA 50 CM X 50 CM X 80 CM
A4 :	MEJA RESEPSIONIS / PUSAT INFORMASI
A5 :	280X180X80 cm / MATERIAEL MULTIPLEX FINISHING HPL
A6 :	KOMPUTER
A7 :	KURSI TUNGGU 160 CM X50 CM X 50 cm
A8 :	MATERIAL KAYU / FINISHING NATURAL COATING + CUSHION
A9 :	COFFE TABLE 45X45X50 cm / MATERIAL KAYU + KACA
A10 :	ELEMEN ESTETIS DAN SPOT INFOGRAFIS HISTORIS KAWASAN JARAK-DOLLY 280X30X200
A11 :	MATERIAL MULTIPLEX FINISHING DOFF HPL + BANNER KAWASAN JARAK-DOLLY
A12 :	ELEMEN ESTETIS DAN INSTALASI DOKUMENTER PEMBERTAAN MATERIAL ALUMINIUM DAN BAHAN BANNER PRINTING
A13 :	ELEMEN ESTETIS DAN SPOT INFOGRAFIS JARAK-DOLLY 140X30X200 cm / MATERIAL MULTIPLEX / FINISHING HPL
A14 :	SIGNAGE DENGAN KONSEP STEET SIGN
A15 :	PENUNJUK ARAH SIRKULASI RUANG
A16 :	ELEMEN ESTETIS
A17 :	COFFE TABLE DIM. 50 CM X 50 CM
A18 :	SIGNAGE AREA TUNGGU 1
A19 :	STOOL 50 CM X 50 CM X 80 CM
A20 :	MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL + CUSHION
A21 :	BACKGROUND DAN INFOGRAFIS AREA TUNGGU 1
A22 :	SIGNAGE AREA TUNGGU 2
A23 :	ELEMEN ESTETIS 280X200X8 cm
A24 :	BACKGROUND DAN INFOGRAFIS AREA TUNGGU 2
A25 :	CREDENZA 100X40X50 cm
RUANG KARYAWAN	
B1 :	LEMARI PENYIMPANAN 50 CM X 100 CM
B2 :	LEMARI ARSIP 50 CM X 140 CM
B3 :	KURSI KERJA 50 CM X 50 CM X 80 CM
B4 :	MEJA KERJA 70 CM X 140 CM X 80 CM
TOILET	
C1 :	CREDENZA 60 CM X 200 CM X 80 CM
C2 :	WASHTAFEL
C3 :	TOILET


DENAH TERPILIH LANTAI 1
 SKALA 1 : 100 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP – ITS	NAMA :	TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL :	13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP :	3813100001	SKALA :	1:100		
	DOSEN :	Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN :	mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY			JUDUL GAMBAR DENAH TERPILIH LANTAI 1			



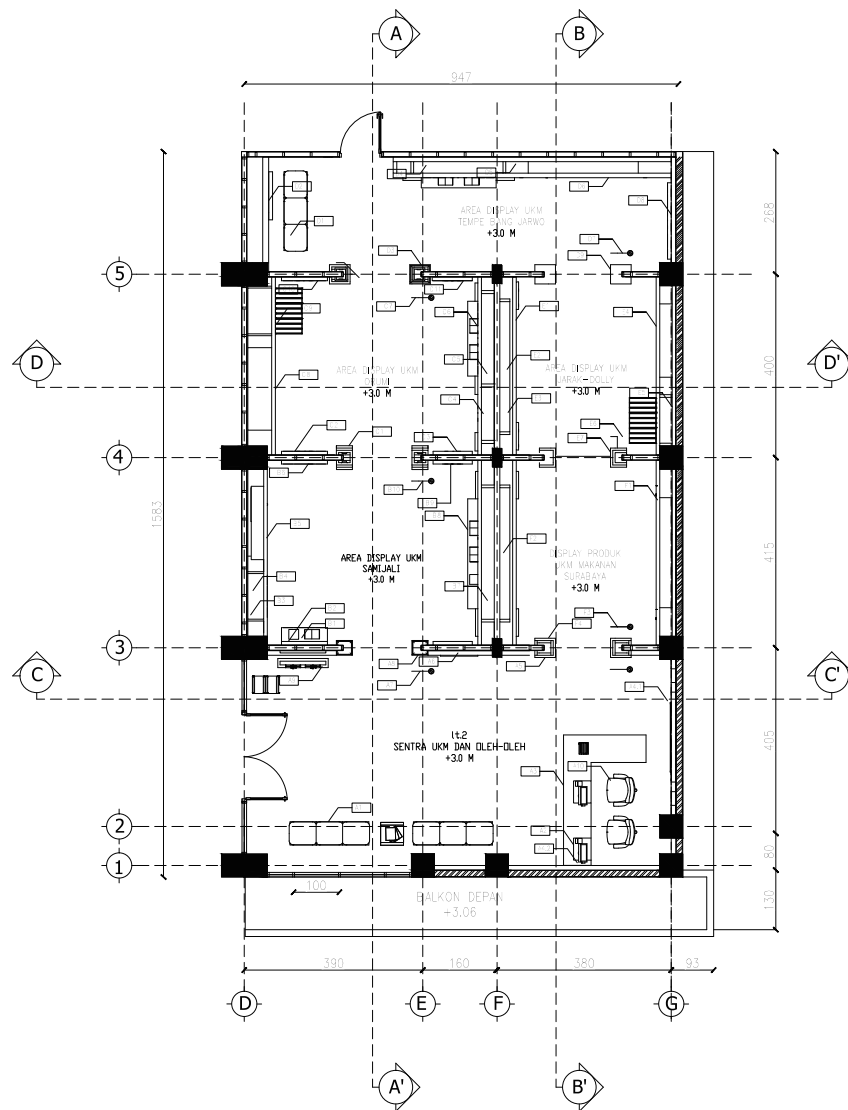
KETERANGAN	KETERANGAN
<p>AREA SENTRA UKM</p> <p>F : FURNITURE</p> <p>F1. CUSTOM STOOL 50 CM X 170 CM X 40 CM</p> <p>F2. MAJALAH</p> <p>F3. NAKAS 50 CM X 50 CM X 50 CM</p> <p>F4. MEJA KASIR 300 CM X 60 CM X 100 CM</p> <p>F5. MESIN KASIR</p> <p>BRAND: ANYPOS TYPE: MS-910</p> <p>F6. KURSI KASIR 50 CM X 50 CM X 80 CM</p> <p>BRAND: CHITOSE TYPE: CB CHAIR</p> <p>F7. RAK BROSR</p> <p>F8. CUSTOM CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM</p> <p>F9. RAK BROSR 50 CM X 38 CM X 120 CM</p> <p>F10. STANDING LAMP DAN RAK DISPLAY BATIK</p> <p>30 CM X 30 CM X 140 CM</p> <p>F11. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK PAKAAN WANITA DNI</p> <p>F12. MEJA DAN RAK DISPLAY BATIK JARAK ARUM</p> <p>40 CM X 120 CM X 80 CM</p> <p>F13. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM</p> <p>F14. RAK DISPLAY 8 CM X 190 CM X 128 CM</p> <p>F15. RAK DISPLAY 126 CM X 40 CM X 140 CM</p> <p>F16. SAMSUNG LED TV 32" UA32J4003</p> <p>F17. CREDENZA 160 CM X 40 CM X 50 CM</p> <p>F18. DISPLAY PRODUK KAOS DORY</p> <p>F19. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK KAOS DORY</p> <p>F20. CREDENZA 110 CM X 45 CM X 50 CM</p> <p>F21. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM</p> <p>F22. RAK DISPLAY 8 CM X 170 CM X 128 CM</p> <p>F23. DISPLAY PRODUK PAKAAN PRIA DNI</p> <p>F24. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK PAKAAN PRIA DNI</p> <p>F25. CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM</p> <p>F26. HANGER FITTING ROOM</p> <p>F27. CERMIN</p> <p>F28. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM</p> <p>MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL</p> <p>E : ELEMEN ESTETIS</p> <p>E1. SIGNAGE PUSAT KERAJINAN BATIK DAN TEXTIL</p> <p>150 CM X 25 CM X 2CM</p> <p>E2. DISPLAY BATIK TULIS JARAK ARUM</p> <p>126 CM X 45 CM</p> <p>E3. INFOGRAFIS BRAND, PRODUK DAN LOKASI BANGUNAN</p> <p>100 CM X 125 CM</p> <p>E4. GATE AREA DISPLAY BATIK JARAK ARUM + DNI</p> <p>190 CM X 32 CM X 240 CM</p> <p>E5. ELEMEN ESTETIS RAK DISPLAY DNI</p> <p>57CM CM X 43 CM X 240 CM</p> <p>E6. ELEMEN ESTETIS RAK DISPLAY BATIK TULIS JARAK ARUM</p> <p>85 CM X 44 CM X 240 CM</p> <p>MATERIAL PLYWOOD, MDF, AKRILIK FINISHING HPL DAN DUCO</p>	<p>E7. TAPLAK MEJA DENGAN MOTIF BATIK JARAK ARUM</p> <p>E8. BROSR TERTUTUP BATIK JARAK ARUM</p> <p>E9. BROSR TERBUKA BATIK JARAK ARUM</p> <p>E10. TAPLAK MEJA DENGAN MOTIF BATIK JARAK ARUM</p> <p>E11. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS + HIDDEN LAMP</p> <p>MATERIAL AKRILIK WARNA</p> <p>E12. GATE AREA DISPLAY DNI + DORY</p> <p>190 CM X 32 CM X 240 CM</p> <p>E13. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS + HIDDEN LAMP</p> <p>MATERIAL AKRILIK WARNA</p> <p>E14. STANDING LAMP 30 CM X 30 CM X 140 CM</p> <p>E15. DISPLAY BATIK TULIS 4 CM X 48 CM X 132 CM</p> <p>E16. DISPLAY BATIK TULIS 4 CM X 118 CM X 48 CM</p> <p>E17. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS 40 CM X 4 CM X 180 CM</p> <p>E18. SIGNAGE PINTU KE TOILET DAN AREA KARYAWAN</p> <p>E19. DISPLAY FOTO FASHION SHOW DNI</p> <p>AREA LOBBY</p> <p>B1: INFOGRAFIS, AKRILIK 100 CM X 60 CM X 1 CM</p> <p>B2: LIFT</p> <p>B3: PINTU BALKON</p> <p>B4: PINTU SENTRA UKM</p> <p>B5: ELEMEN ESTETIS</p> <p>B6: STOOL 60 CM X 180 CM X 50 CM</p> <p>B7: INFOGRAFIS</p> <p>B8: PINTU WORKSHOP</p> <p>AREA WORKSHOP</p> <p>C1: KURSI 50 CM X 50 CM X 80 CM</p> <p>C2: MEJA KERJA 70 CM X 100 CM X 100 CM</p> <p>C3: PARTISI PRESENTASI</p> <p>RUANG KARYAWAN</p> <p>D1: LEMARI PENYIMPANAN 50 CM X 100 CM</p> <p>D2: LEMARI ARSIP 50 CM X 140 CM</p> <p>D3: KURSI KERJA 50 CM X 50 CM X 80 CM</p> <p>D4: MEJA KERJA 70 CM X 140 CM X 80 CM</p> <p>TOILET</p> <p>E1: CREDENZA 60 CM X 200 CM X 80 CM</p> <p>E2: WASHTAFEL</p> <p>E3: TOILET</p>



DENAH TERPILIH LANTAI 3

SKALA 1 : 100 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1:100		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH TERPILIH LANTAI 3		

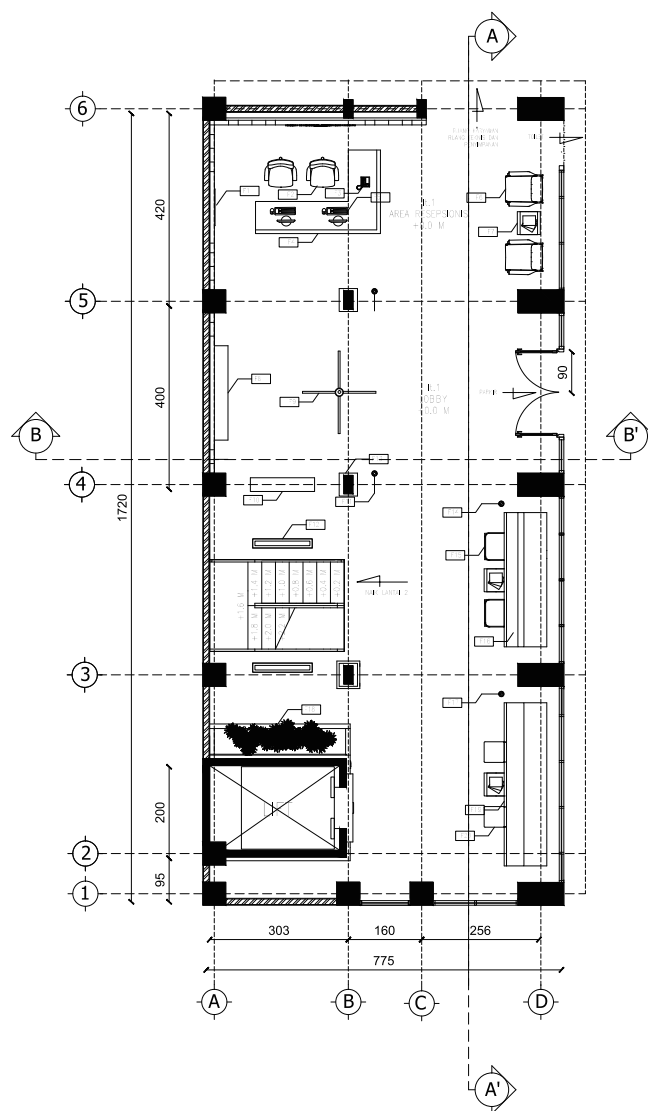


DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 1

SKALA 1 : 50 SATUAN : cm

KETERANGAN	KETERANGAN
<p>A. AREA KASIR</p> <p>A1 : STOOL 160X50X50 cm</p> <p>A2 : MATERIAL KAYU / FINISHING HPL + CUSHION</p> <p>A3 : PERLENGKAPAN KASIR</p> <p>A4 : MEJA KASIR 160X200X80 cm</p> <p>A5 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL</p> <p>A6 : ELEMEN ESTETIS DAN INFORMASI SENTRA UKM</p> <p>A7 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL</p> <p>A8 : REPLIKA GABURA GANG UKM JARAK-DOLLY</p> <p>A9 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING CAT</p> <p>A10 : INFORMASI PETA EDUKASIA JARAK-DOLLY</p> <p>A11 : BENSANG / STREET SIGN AREA DISPLAY UKM SARTAJALI</p> <p>A12 : REPLIKA GABURA GANG UKM SARTAJALI</p> <p>A13 : RAK TOTEKAG BELANJA</p> <p>A14 : KURSI KASIR 50 CM X 50 CM X 80 CM</p> <p>A15 : BRAND: CHITOSE TYPE: CB CHAIR</p> <p>B. AREA DISPLAY UKM SARTAJALI</p> <p>B1 : RAK DISPLAY BROSUR DAN KATALOG PRODUK</p> <p>B2 : ELEMEN ESTETIS DAN INFORMASI BERSEKUTUK REPLIKA JARWO</p> <p>B3 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI PRODUK UKM</p> <p>B4 : ELEMEN ESTETIS</p> <p>B5 : LEMARI DISPLAY PRODUK UKM 80X200X40 cm</p> <p>B6 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL</p> <p>B7 : CREDENZA 80X52X35 cm</p> <p>B8 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL</p> <p>B9 : ELEMEN ESTETIS DAN INFOGRAFI HISTORIS UKM</p> <p>B10 : RAK DISPLAY MEDIA CETAK TENTANG HISTORIS UKM</p> <p>B11 : RAK DISPLAY UKM SARTAJALI 60X12X35 cm</p> <p>B12 : MATERIAL KAYU DAN ALUMINIUM / FINISHING NATURAL DAN PAINT COLOR COATING</p> <p>B13 : BENSANG / STREET SIGN AREA PRODUK UKM ORUM</p> <p>B14 : MATERIAL ALUMINIUM / FINISHING BLACK PAINT COATING</p> <p>C. AREA DISPLAY UKM ORUM</p> <p>C1 : REPLIKA GABURA GANG UKM ORUM</p> <p>C2 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI PRODUK OSEKI</p> <p>C3 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI PRODUK OSEKI</p> <p>C4 : RAK DISPLAY UKM DOKUMEN DAN HISTORIS UKM OSEKI</p> <p>C5 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING BANNER PRINTING</p> <p>C6 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM OSEKI</p> <p>C7 : ELEMEN ESTETIS TRANSFORMASI SUKSESIA GANG JARWO</p> <p>C8 : LEMARI DISPLAY PRODUK UKM 80X200X40 cm</p> <p>C9 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL / 3 UNIT</p> <p>C10 : ELEMEN ESTETIS DAN SPOT INFOGRAFI PRODUK UKM</p> <p>C11 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM ORUM</p> <p>C12 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM ORUM</p>	<p>D. AREA DISPLAY UKM TEMPE BANG JARWO</p> <p>D1 : STOOL 160X50X50 cm</p> <p>D2 : MATERIAL KAYU / FINISHING HPL + CUSHION</p> <p>D3 : BACKGROUND WASE / ELEMEN ESTETIS</p> <p>D4 : REPLIKA GABURA GANG UKM TEMPE BANG JARWO</p> <p>D5 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM ORUM</p> <p>D6 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING BANNER</p> <p>D7 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM ORUM</p> <p>D8 : LEMARI DISPLAY PRODUK UKM 80X200X40 cm</p> <p>D9 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL / 3 UNIT</p> <p>D10 : BENSANG / STREET SIGN AREA PRODUK UKM JARAK-DOLLY</p> <p>D11 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI PRODUK UKM TEMPE BANG JARWO</p> <p>D12 : REPLIKA GABURA GANG UKM JARAK-DOLLY</p> <p>E. AREA DISPLAY UKM JARAK-DOLLY</p> <p>E1 : ELEMEN ESTETIS TRANSFORMASI SUKSESIA GANG UKM JARAK-DOLLY</p> <p>E2 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING CAT</p> <p>E3 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM</p> <p>E4 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING BANNER PRINTING</p> <p>E5 : ELEMEN ESTETIS / MATERIAL KAYU / FINISHING NATURAL</p> <p>E6 : LEMARI DISPLAY PRODUK UKM 80X200X40 cm</p> <p>E7 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL / 2 UNIT</p> <p>E8 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI PRODUK UKM JARAK-DOLLY</p> <p>E9 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI HISTORIS UKM JARAK-DOLLY</p> <p>E10 : BENSANG / STREET SIGN AREA PRODUK UKM KOTA SURABAYA</p> <p>E11 : REPLIKA GABURA GANG KAWASAN JARAK-DOLLY</p> <p>F. AREA DISPLAY UKM KOTA SURABAYA</p> <p>F1 : LEMARI DISPLAY PRODUK UKM 80X200X40 cm</p> <p>F2 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HPL / 3 UNIT</p> <p>F3 : SPOT DISPLAY INFOGRAFI KAWASAN PERKEMBANGAN UKM KOTA SURABAYA</p> <p>F4 : MATERIAL MULTITEX / FINISHING HIGH QUALITY BANNER</p> <p>F5 : BENSANG / STREET SIGN AREA KASIR</p> <p>F6 : REPLIKA GABURA GANG KAWASAN JARAK-DOLLY</p>

<p>GAMBAR TEKNIK</p> <p>JURUSAN DESAIN INTERIOR</p> <p>FTSP – ITS</p>	<p>NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI</p>	<p>TANGGAL : 15 JUNI 17</p>	<p>PARAF</p>	<p>NILAI</p>
	<p>NRP : 3813100024</p>	<p>SKALA : 1:50</p>		
	<p>DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT,</p>	<p>SATUAN : cm</p>		
<p>JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA</p> <p>SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY</p>			<p>JUDUL GAMBAR</p> <p>DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 1</p>	



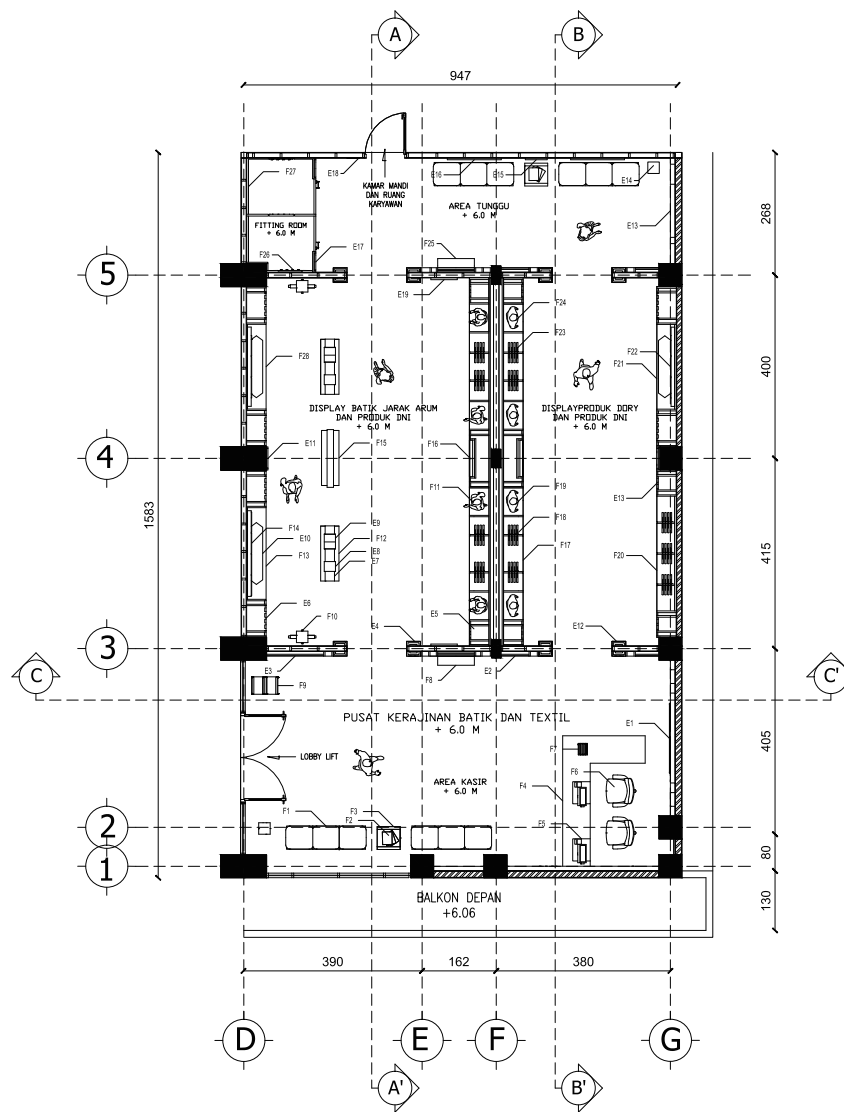
DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 2

SKALA 1 : 50 SATUAN : cm

KETERANGAN

- F1 : ELEMEN ESTETIS DAN SIGNAGE
 F2 : MATERIAL MULTIPLEX / FINISHING HPL
 F3 : KURSI KERJA 50 CM X 50 CM X 80 CM
 F4 : TELEPON
 F5 : MEJA RESEPSIONIS / PUSAT INFORMASI
 280X180X80 cm / MATERIAAL MULTIPLEX
 FINISHING HPL
 F6 : KOMPUTER
 F7 : KURSI TUNGGU 160 CM X50 CM X 50 cm
 F8 : MATERIAL KAYU / FINISHING NATURAL COATING + CUSHION
 F9 : COFFE TABLE 45X45X50 cm / MATERIAL KAYU + KACA
 F10 : ELEMEN ESTETIS DAN SPOT INFOGRAFIS HISTORIS KAWASAN
 JARAK-DOLLY 280X30X200
 MATERIAL MULTIPLEX FINISHING DOFF HPL + BANNER
 F11 : ELEMEN ESTETIS DAN INSTALASI DOKUMENTER PEMBERTAAN
 KAWASAN JARAK-DOLLY
 MATERIAL MULTIPLEX FINISHING DOFF HPL + BANNER PRINTING
 F12 : ELEMEN ESTETIS DAN SPOT INFOGRAFIS JARAK-DOLLY
 140X30X200 cm / MATERIAL MULTIPLEX / FINISHING HPL
 F13 : SIGNAGE DENGAN KONSEP STEEL SIGN
 PENUNJUK ARAH SIRKULASI RUANG
 F14 : ELEMEN ESTETIS
 F15 : COFFE TABLE DIM. 50 CM X 50 CM
 F16 : SIGNAGE AREA TUNGGU 1
 F17 : STOOL 50 CM X 50 CM X 80 CM
 F18 : MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL + CUSHION
 F19 : BACKGROUND DAN INFOGRAFIS AREA TUNGGU 1
 F20 : SIGNAGE AREA TUNGGU 2
 F21 : ELEMEN ESTETIS 280X200X18 cm
 F22 : BACKGROUND DAN INFOGRAFIS AREA TUNGGU 2
 F23 : CREDENZA 100X40X50 cm

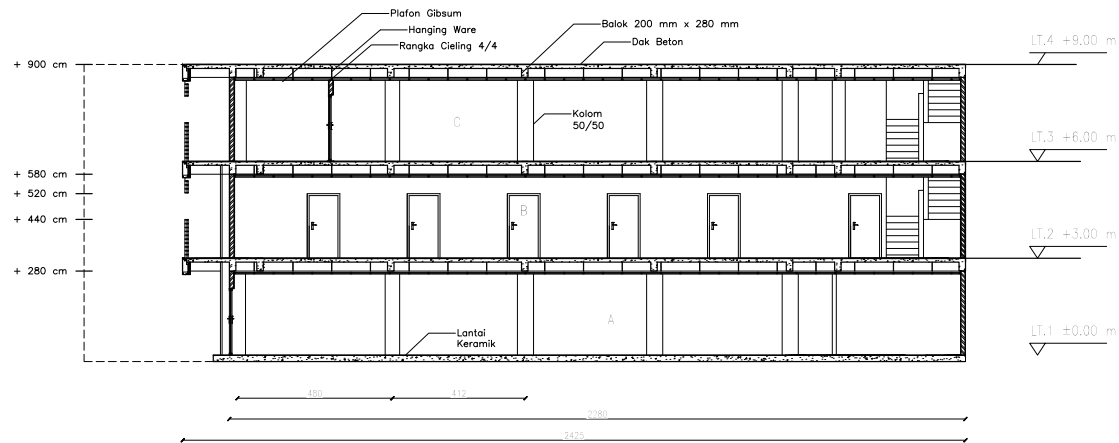
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP – ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1:50		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 2		



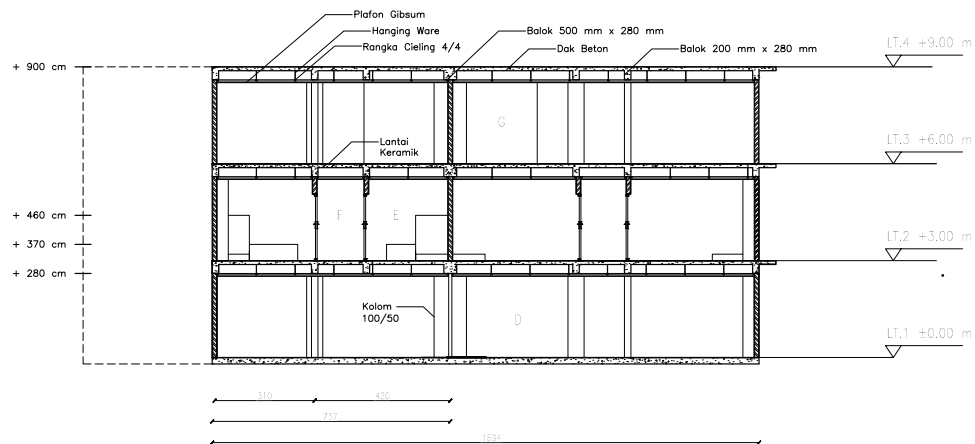
KETERANGAN	KETERANGAN
F : FURNITURE F1. CUSTOM STOOL 50 CM X 170 CM X 40 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F2. MAJALAH F3. KAKAS 50 CM X 50 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F4. MEJA KASIR 300 CM X 60 CM X 100 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F5. MESIN KASIR BRAND: ANYPOS TYPE: NS-910 F6. KURSI KASIR 50 CM X 50 CM X 80 CM BRAND: CHITOSE TYPE: CB CHAIR F7. RAK BROSLUR F8. CUSTOM CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F9. RAK BROSLUR 50 CM X 38 CM X 120 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F10. STANDING LAMP DAN RAK DISPLAY BATIK 30 CM X 30 CM X 140 CM MATERIAL PLYWOOD DAN MDF FINISHING CAT DAN HPL F11. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK PAKAIAN WANITA DNI F12. MEJA DAN RAK DISPLAY BATIK JARAK ARUM 40 CM X 120 CM X 80 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F13. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F14. RAK DISPLAY 8 CM X 180 CM X 128 CM MATERIAL ALUMINIUM FINISHING CAT F15. RAK DISPLAY 126 CM X 40 CM X 140 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F16. SAMSUNG LED TV 32" UA32J4003 F17. CREDENZA 160 CM X 40 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F18. DISPLAY PRODUK KAOS DORY F19. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK KAOS DORY F20. CREDENZA 110 CM X 45 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F21. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F22. RAK DISPLAY 8 CM X 170 CM X 128 CM MATERIAL ALUMINIUM FINISHING CAT F23. DISPLAY PRODUK PAKAIAN PRIA DNI F24. MANNEQUIN DISPLAY PRODUK PAKAIAN PRIA DNI F25. CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL F26. HANGER FITTING ROOM F27. CERMIN F28. CREDENZA 100 CM X 45 CM X 50 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL	E : ELEMEN ESTETIS E1. SIGNAGE PUSAT KERAJINAN BATIK DAN TEXTIL 150 CM X 25 CM X 2CM MATERIAL AKRILIK E2. DISPLAY BATIK TULIS JARAK ARUM 126 CM X 45 CM E3. INFOGRAFI BRAND, PRODUK DAN LOKASI BANGUNAN 100 CM X 125 CM E4. GATE AREA DISPLAY BATIK JARAK ARUM + DNI 190 CM X 32 CM X 240 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING DUCO E5. ELEMEN ESTETIS RAK DISPLAY DNI 57CM CM X 43 CM X 240 CM MATERIAL PLYWOOD, MDF, AKRILIK FINISHING HPL E6. ELEMEN ESTETIS RAK DISPLAY BATIK TULIS JARAK ARUM 85 CM X 44 CM X 240 CM MATERIAL PLYWOOD, MDF, AKRILIK FINISHING HPL DAN DUCO E7. TAPLAK MEJA DENGAN MOTIF BATIK JARAK ARUM E8. BROSLUR TERTUTUP BATIK JARAK ARUM E9. BROSLUR TERBUKA BATIK JARAK ARUM E10. TAPLAK MEJA DENGAN MOTIF BATIK JARAK ARUM E11. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS + HIDDEN LAMP MATERIAL AKRILIK WARNA E12. GATE AREA DISPLAY DNI + DORY 190 CM X 32 CM X 240 CM MATERIAL PLYWOOD FINISHING DUCO E13. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS + HIDDEN LAMP MATERIAL AKRILIK WARNA E14. STANDING LAMP 30 CM X 30 CM X 140 CM MATERIAL PLYWOOD DAN MDF FINISHING CAT DAN HPL E15. DISPLAY BATIK TULIS 4 CM X 48 CM X 132 CM E16. DISPLAY BATIK TULIS 4 CM X 118 CM X 48 CM E17. ELEMEN ESTETIS POLA GEOMETRIS 40 CM X 4 CM X 180 CM E18. SIGNAGE PINTU KE TOILET DAN AREA KARYAWAN E19. DISPLAY FOTO FASHION SHOW DNI


DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 3
SKALA 1 : 50 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP – ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1:50		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY			JUDUL GAMBAR DENAH FURNITURE RUANG TERPILIH 3	



POTONGAN EKSISTING A-A'
SKA. A 1 : 100 SATUAN : MM



POTONGAN EKSISTING B-B'
SKA. A 1 : 100 SATUAN : MM

KETERANGAN

POTONGAN B-B'
A. Area parkir motor
B. Koridor Kamar Ex-Wisma
C. Ruang kosong (Paska renovasi)
POTONGAN A-A'
D. Area pelatihan jahit
E. Kamar Ex-Wisma (tahap pembongkaran/renovasi)
F. Koridor Kamar Ex-Wisma
G. Ruang kosong (Paska renovasi)

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1:100		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DENAH EKSISTING LANTAI 3		

KETERANGAN

F : FURNITURE

- F1 : MESIN KASIR
 BRAND: ANYPOS TYPE: MS-910
 F2 : KURSI KASIR 50 CM X 50 CM X 80 CM
 BRAND: CHITOSE TYPE: CB CHAIR
 F3 : MEJA KASIR 300 CM X 60 CM X 100 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F4 : RAK BROSUR
 F5 : CUSTOM STOOL 50 CM X 170 CM X 40 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F6 : CUSTOM CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F7 : RAK KATALOG DAN BROSUR SAMIJALI
 240 CM X 30 CM X 20 CM MATERIAL PLYWOOD
 FINISHING TACO HPL BRAND / SETARA

- F8 : RAK KATALOG DAN BROSUR OSEKI
 160 CM X 30 CM X 20 CM MATERIAL PLYWOOD
 FINISHING TACO HPL BRAND / SETARA

E : ELEMEN ESTETIS

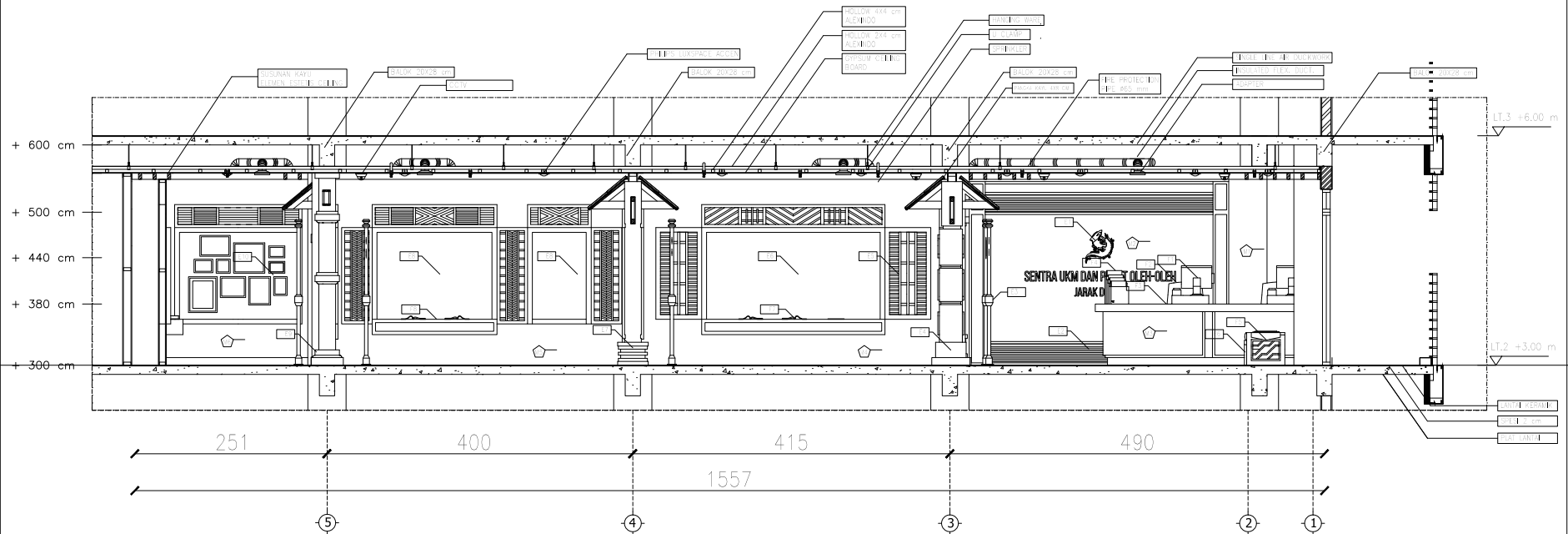
- E1 : SIGNAGE SENTRA UKM DAN PUSAT OLEH-OLEH JARAK DOLLY
 E2 : PARTISI DAN ELEMEN ESTETIS
 MATERIAL SUSUNAN GEOMETRIS KAYU PINUS
 E3 : REPLIKA GAPURA DAN ENTRANCE AREA DISPLAY
 PRODUK UKM (UKM SAMIJALI)
 E4 : REPLIKA GAPURA DAN ENTRANCE AREA DISPLAY
 PRODUK UKM (UKM SAMIJALI)
 E5 : ELEMEN ESTETIS REPLIKA JENDELA, TRANSFORMASI
 SUASANA GANG MASING-MASING UKM (GANG KAMPUNG
 SAMIJALI)
 E6 : AREA DISPLAY INFOGRAFIS HISTORIS UKM
 (AREA DISPLAY INFOGRAFIS UKM SAMIJALI)

- E7 : REPLIKA GAPURA DAN ENTRANCE AREA DISPLAY
 PRODUK UKM (UKM OSEKI)
 E8 : AREA DISPLAY INFOGRAFIS HISTORIS UKM
 (AREA DISPLAY INFOGRAFIS UKM OSEKI)
 E9 : REPLIKA GAPURA DAN ENTRANCE AREA DISPLAY
 PRODUK UKM (UKM TEMPE BANG JARWO)
 E10 : DISPLAY DOKUMENTASI UKM DAN KAMPUNG KAWASAN
 KARAK DOLLY

M : MATERIAL

- M1 : DINDING BATA PLASTER SEMEN
 FINISHING CAT
 M2 : DINDING PARTISI DAN ELEMEN ESTETIS SIGNAGE
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING WALLPAPER
 M3 : MEJA KASIR
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL

- M4 : DINDING PARTISI AREA DISPLAY UKM SAMIJALI
 MATERIAL GYBSUM FINISHING CAT
 M5 : DINDING PARTISI AREA DISPLAY UKM OSEKI
 MATERIAL GYBSUM FINISHING CAT
 M6 : DINDING PARTISI AREA DISPLAY UKM OSEKI
 MATERIAL GYBSUM FINISHING CAT



POTONGAN RUANG TERPILIH 1 A-A'

SKALA 1 : 25 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 APR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1:25		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR POTONGAN RUANG TERPILIH 1 A-A'		

KETERANGAN

F : FURNITURE

F1: MESIN KASIR
 BRAND: ANYPOS TYPE: MS-910
 F2: MEJA KASIR 300 CM X 60 CM X 100 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F3: NAKAS 50 CM X 50 CM X 50 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F4: CUSTOM STOOL 50 CM X 170 CM X 40 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F5: CUSTOM CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 F6: MANNEQUIN DISPLAY PRODUK DNI
 F7: DISPLAY PRODUK DNI
 F8: RAK DISPLAY PRODUK DNI
 MATERIAL PLYWOOD
 FINISHING HPL

F9 : SAMSUNG LED TV 32" UA32J4003
 F10: CREDENZA 80 CM X 20 CM X 30 CM
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL

E : ELEMEN ESTETIS

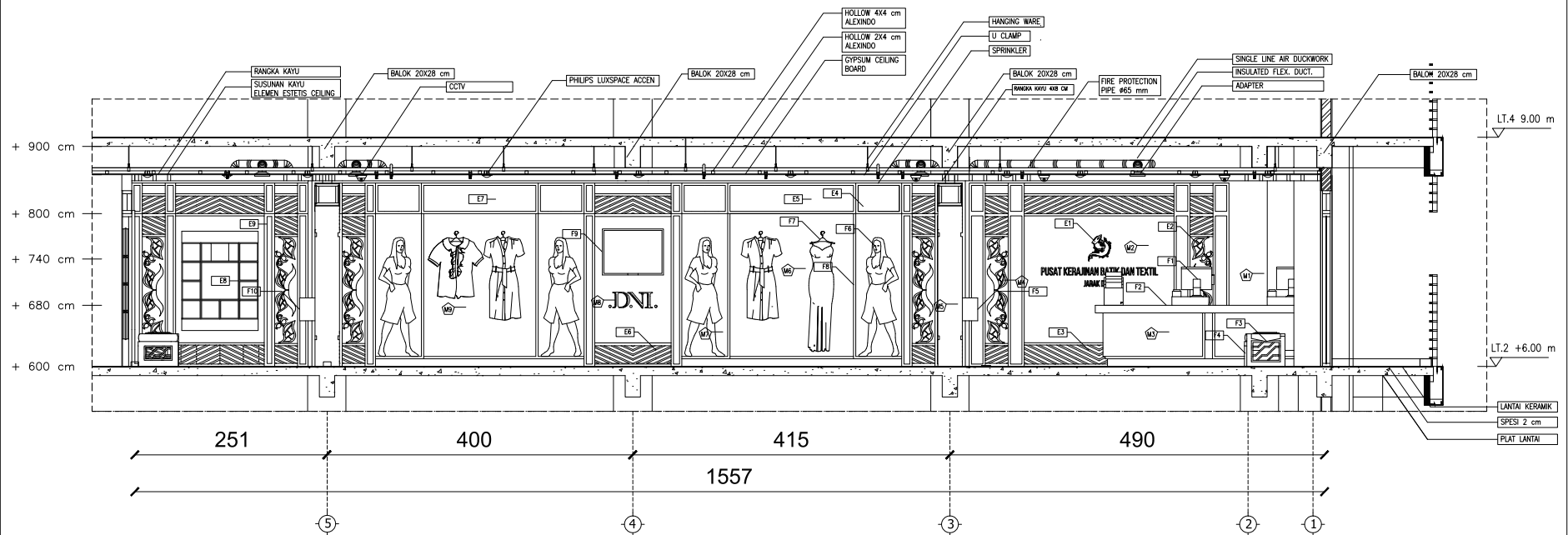
E1 : SIGNAGE PUSAT KERAJINAN BATIK DAN TEXTIL
 MATERIAL AKRILIK
 E2 : ELEMEN ESTETIS SIGNAGE RUANG
 DENGAN UKIRAN MOTIF BATIK JARAK ARUM
 570CM CM X 43 CM X 240 CM
 MATERIAL PLYWOOD, MDF, AKRILIK FINISHING HPL
 E3 : ELEMEN ESTETIS SIGNAGE
 SUSUNAN GEOMETRIS KAYU PINUS
 E4 : ELEMEN ESTETIS
 MATERIAL PLYWOOD
 FINISHING HPL
 E5 : SIGNAGE LOGO DNI
 MATERIAL AKRILIK PRINTING
 E6 : ELEMEN ESTETIS DISPLAY PRODUK DNI

MATERIAL SUSUNAN GEOMETRIS KAYU PINUS
 E7 : SIGNAGE LOGO DNI PADA RAK DISPLAY 2
 MATERIAL AKRILIK PRINTING
 E8 : INFOGRAFIS PRODUK DNI DAN BATIK JARAK ARUM
 DOKUMENTASI KEGIATAN FASHION SHOW
 E9 : ELEMEN ESTETIS LAMPU HIAS
 MATERIAL AKRILIK

M : MATERIAL

M1 : DINDING BATA PLASTER SEMEN
 FINISHING CAT
 M2 : DINDING PARTISI DAN ELEMEN ESTETIS
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING WALLPAPER
 M3 : MEJA KASIR
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 M4 : ELEMEN ESTETIS TRANSFORMASI MOTIF BATIK
 LASER CUTTING AKRILIK WARNA CREAM
 M5 : GERBANG ENTRANCE AREA DISPLAY
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING CAT

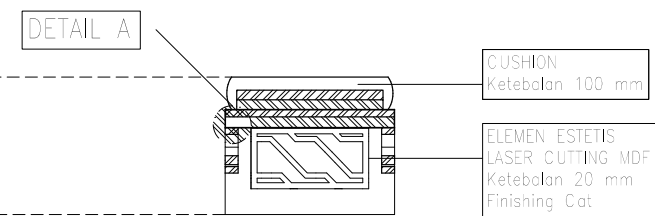
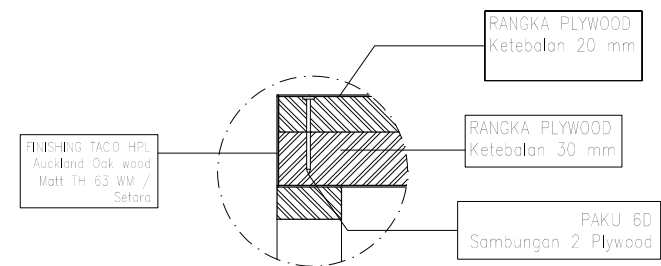
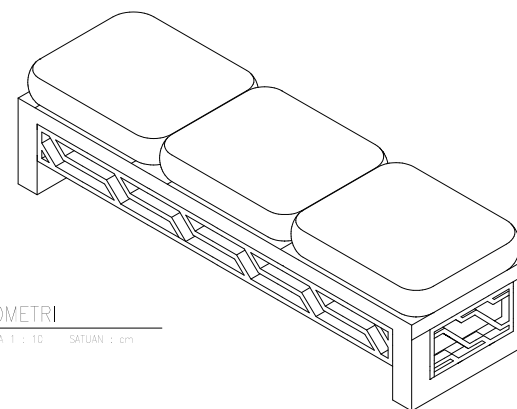
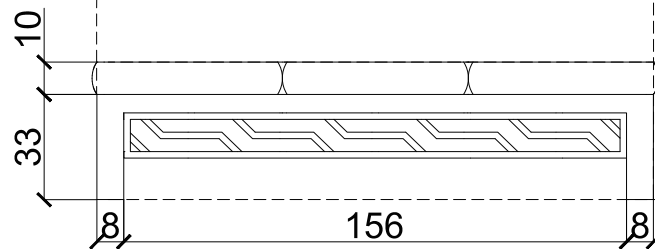
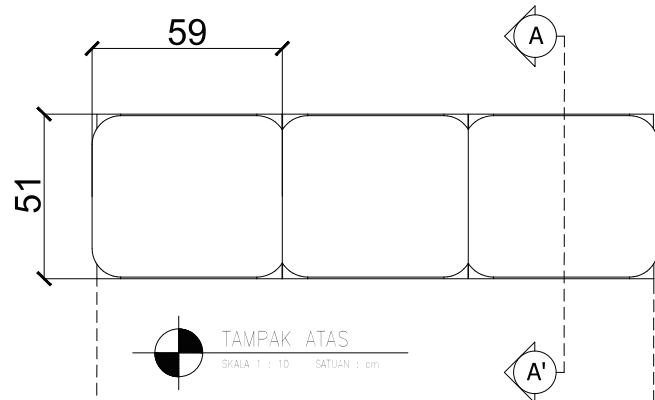
M6 : RAK DISPLAY
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 M7 : RAK DISPLAY MANNEQUIN
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL
 M8 : ELEMEN ESTETIS
 LASER CUTTING MATERIAL AKRILIK
 M9 : RAK DISPLAY PRODUK DNI
 MATERIAL PLYWOOD FINISHING HPL



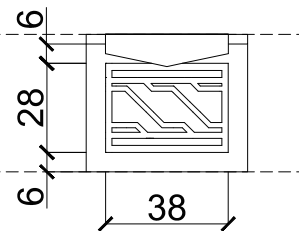
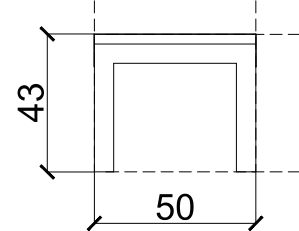
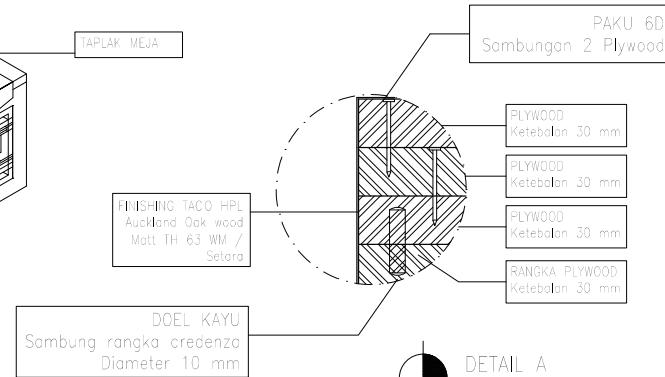
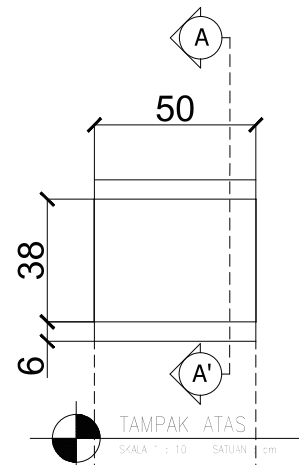
POTONGAN RUANG TERPILIH 3 A-A'

SKALA 1 : 25 SATUAN : cm

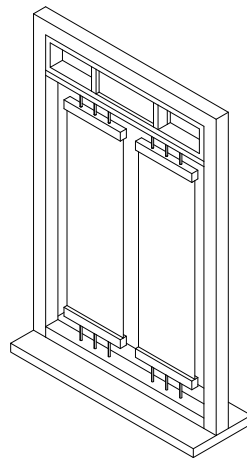
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 APR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1:25		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR POTONGAN RAUJANG TERPILIH 3 A-A'		



GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 10		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 1 A		

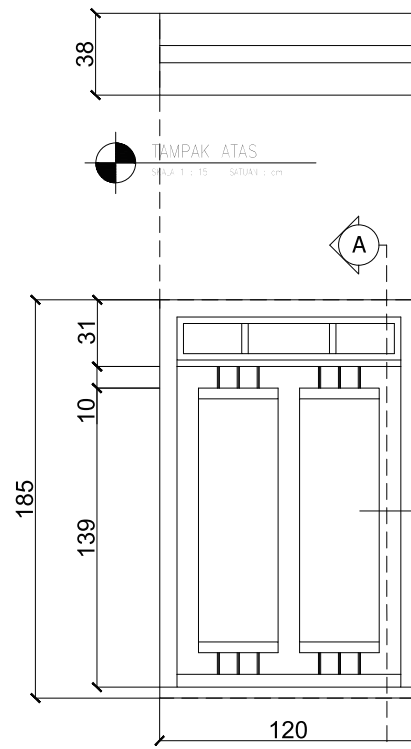


GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 10		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 1 B		



ISOMETRI
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 2 A
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

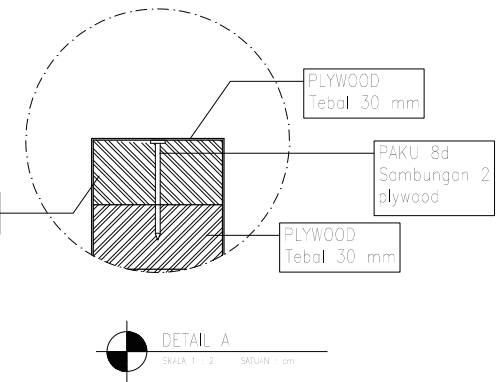


TAMPAK ATAS
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

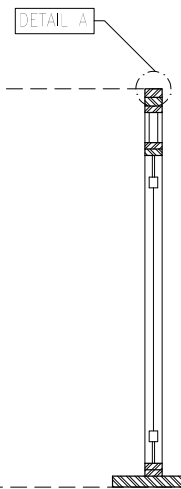
TAMPAK DEPAN
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

INFOGRAFIS
JARAK-DOLLY

TAMPAK SAMPIING
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

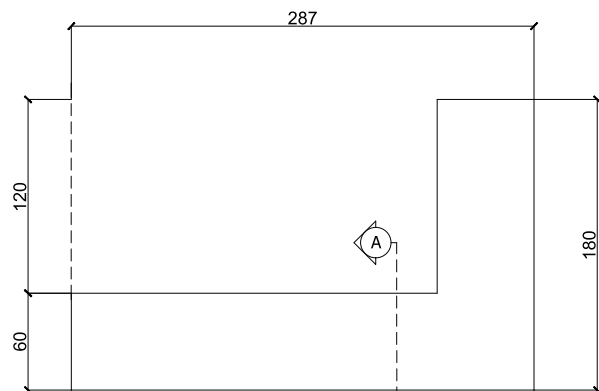


DETAIL A
SKALA : 1 : 2 SATUAN : cm

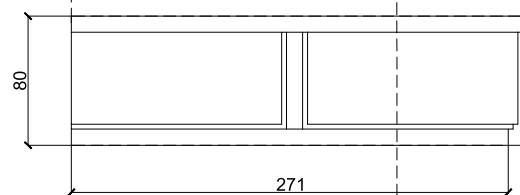


POTONGAN A-A'
SKALA : 1 : 15 SATUAN : cm

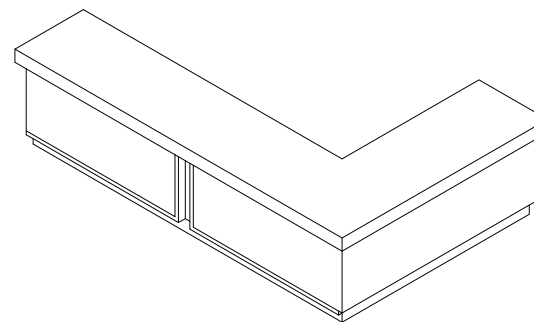
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 2 A		



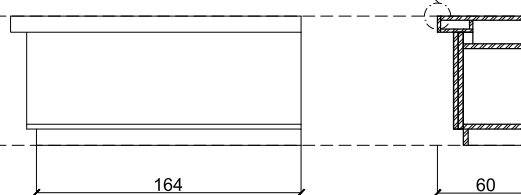
TAMPAK ATAS
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm



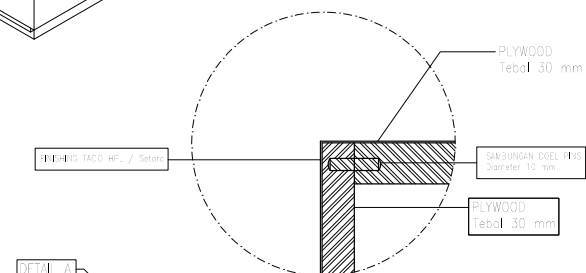
TAMPAK DEPAN
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm



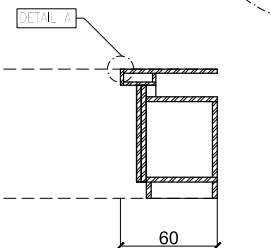
TAMPAK ISOMETRI
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm
MEJA RESEPSIONIS LOBBY



TAMPAK SAMPING
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm



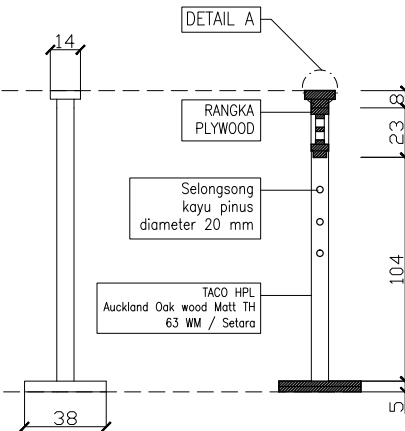
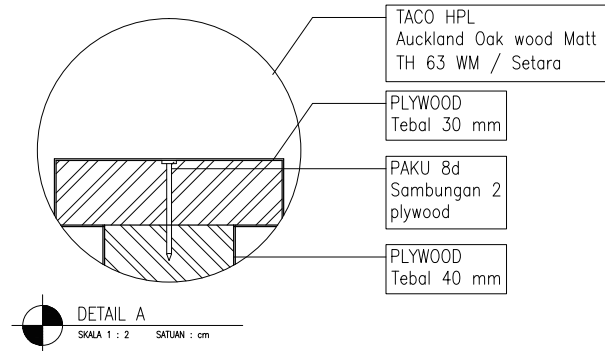
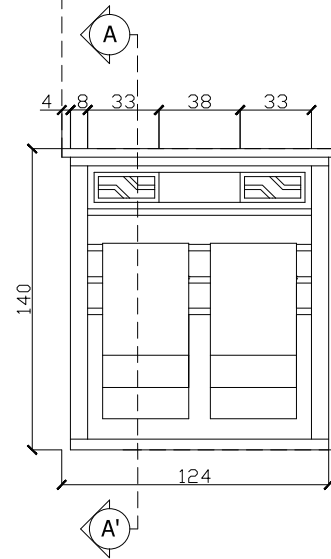
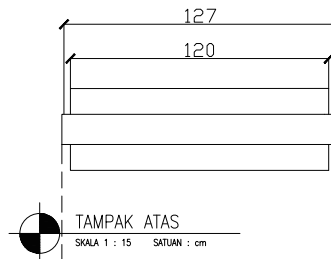
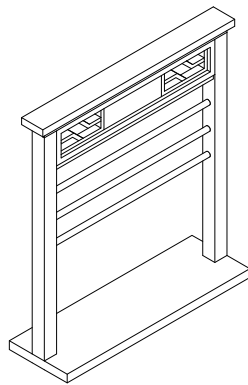
DETAIL A
SKALA 1 : 2 SATUAN : cm



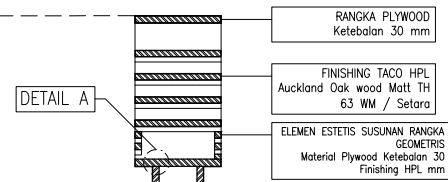
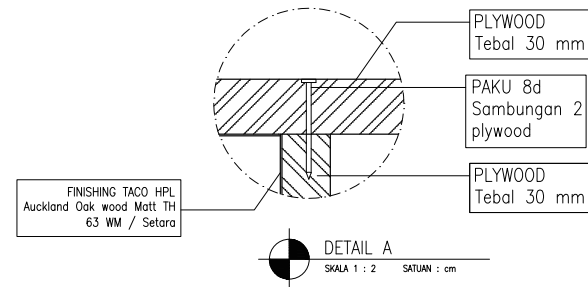
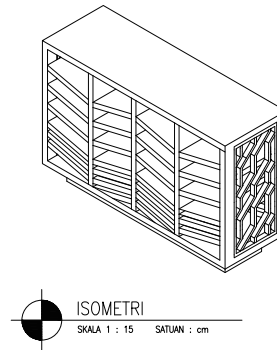
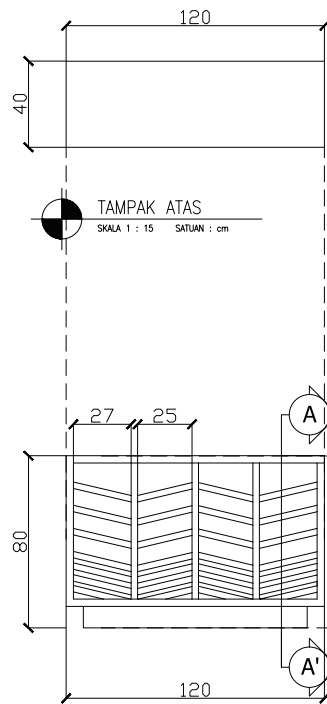
POTONGAN A-A'
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm

DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 2 B
SKALA 1 : 20 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 20		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 2 B		

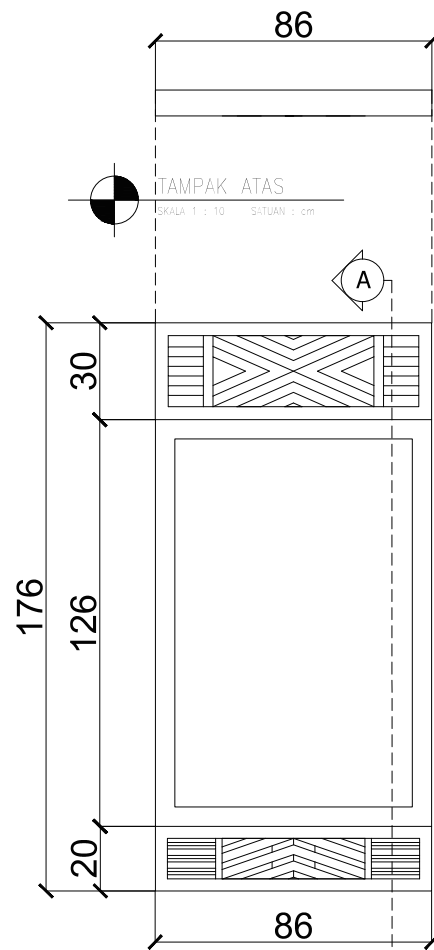


GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 3 A		

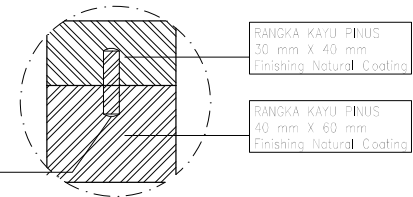


DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 3 B
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

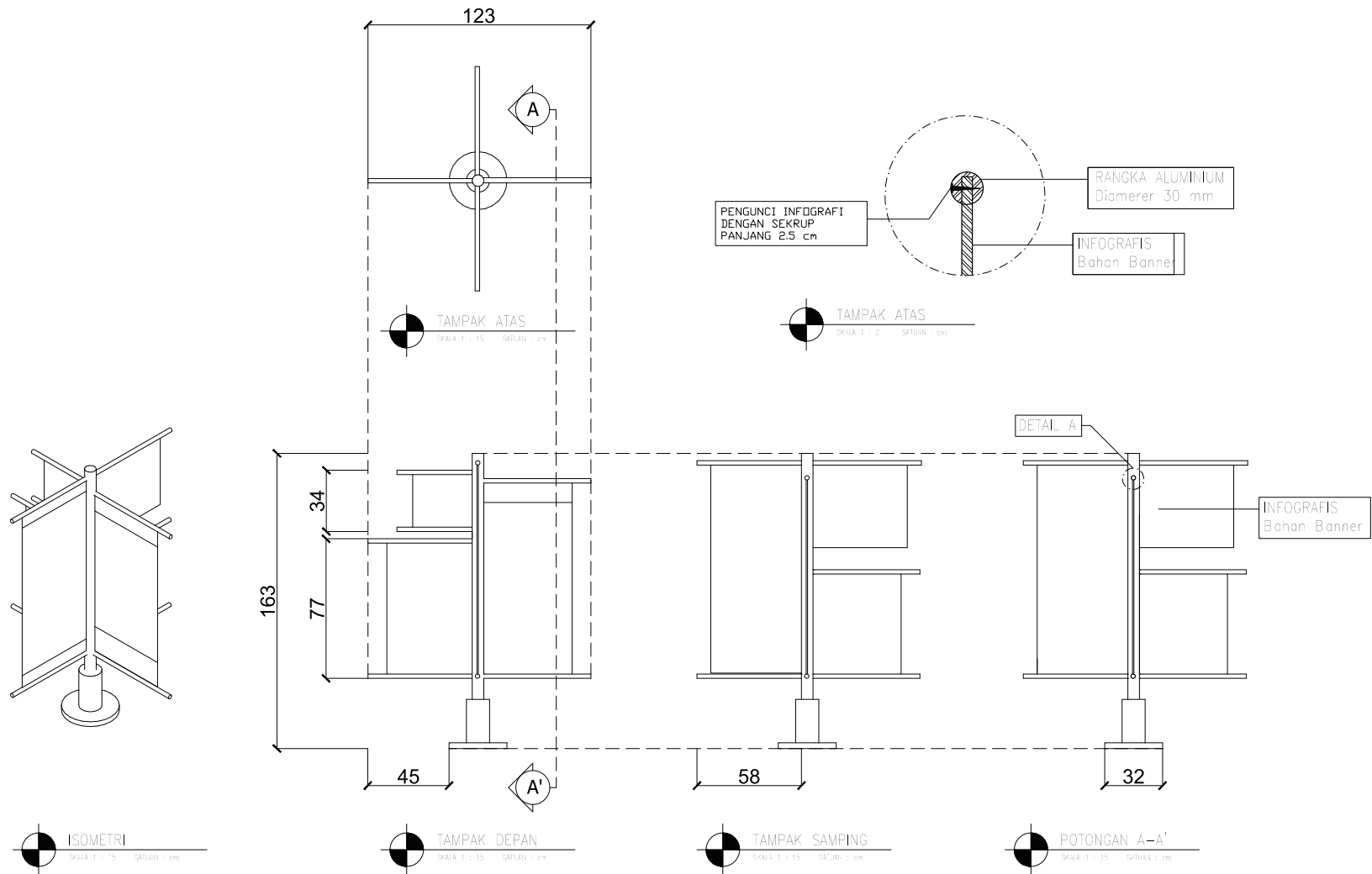
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL FURNITURE RUANG TERPILIH 3 B		



DOEL KAYU
Sambung rangka credenza
Diameter 10 mm

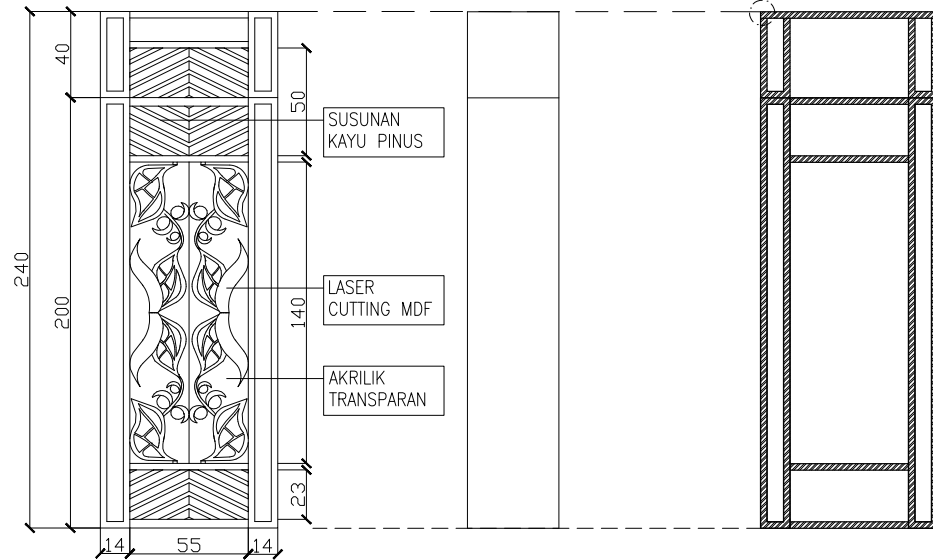
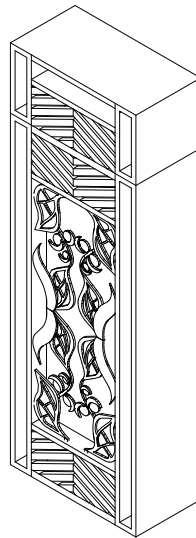
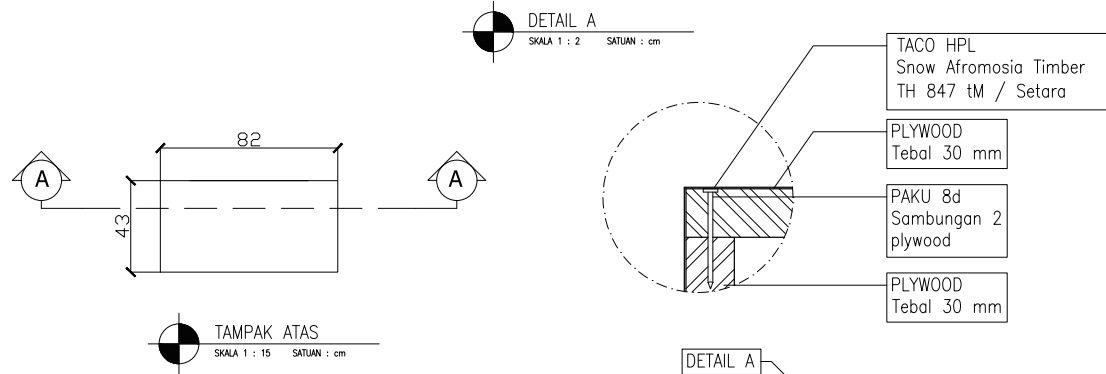


GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 10		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ELEMEN ESTETIS RUANG TERPILIH 1		

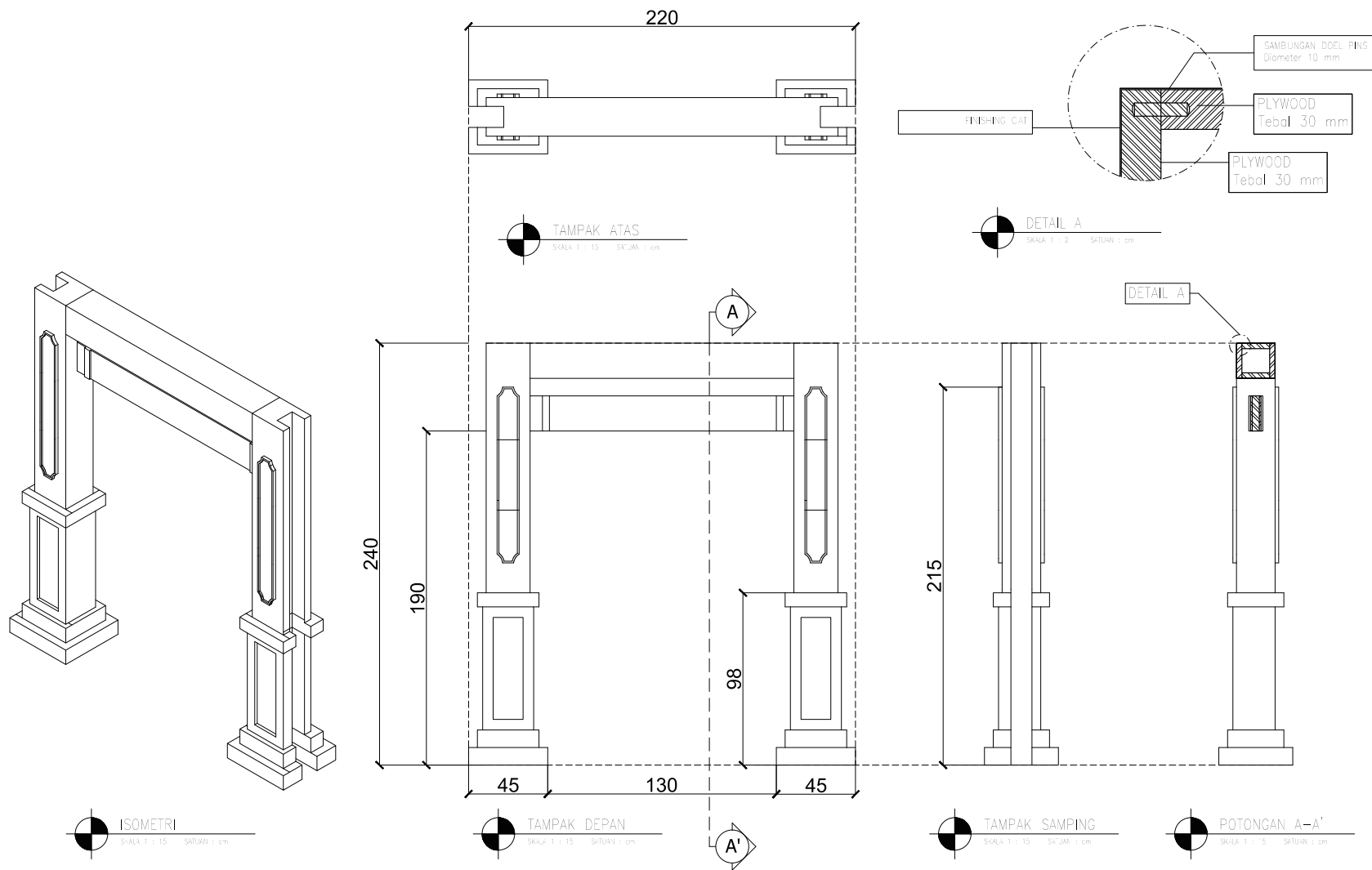


DETAIL ELEMEN ESTETIS RUANG TERPILIH 2
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ELEMEN ESTETIS RUANG TERPILIH 2		



GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ELEMEN ESTETIS RUANG TERPILIH 3		



ISOMETRI
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

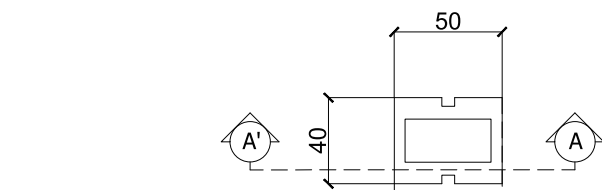
DETAIL ARSITEKTUR RUANG TERPILUH 1
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

TAMPAK DEPAN
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

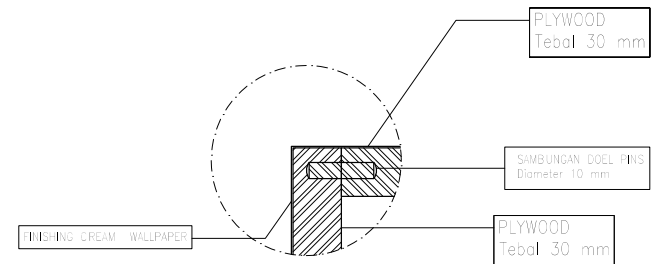
TAMPAK SAMPING
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

POTONGAN A-A'
SKALA 1 : 5 SATUAN : cm

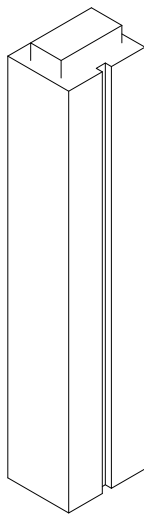
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ARSITEKTUR RUANG TERPILUH 1		



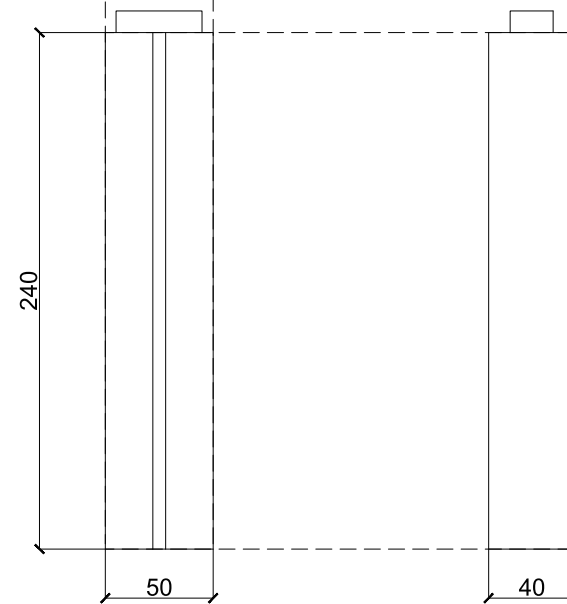
TAMPAK ATAS
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm



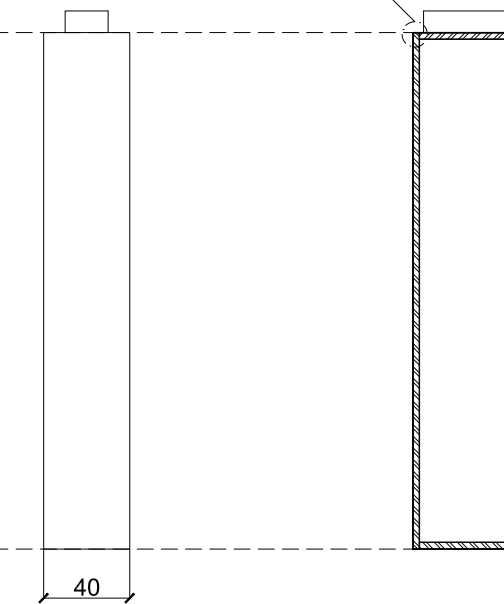
DETAIL A
SKALA 1 : 2 SATUAN : cm



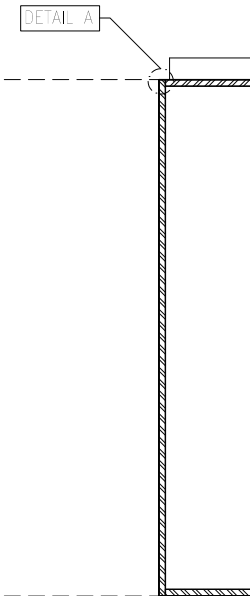
ISOMETRI
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm



TAMPAK DEPAN
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm



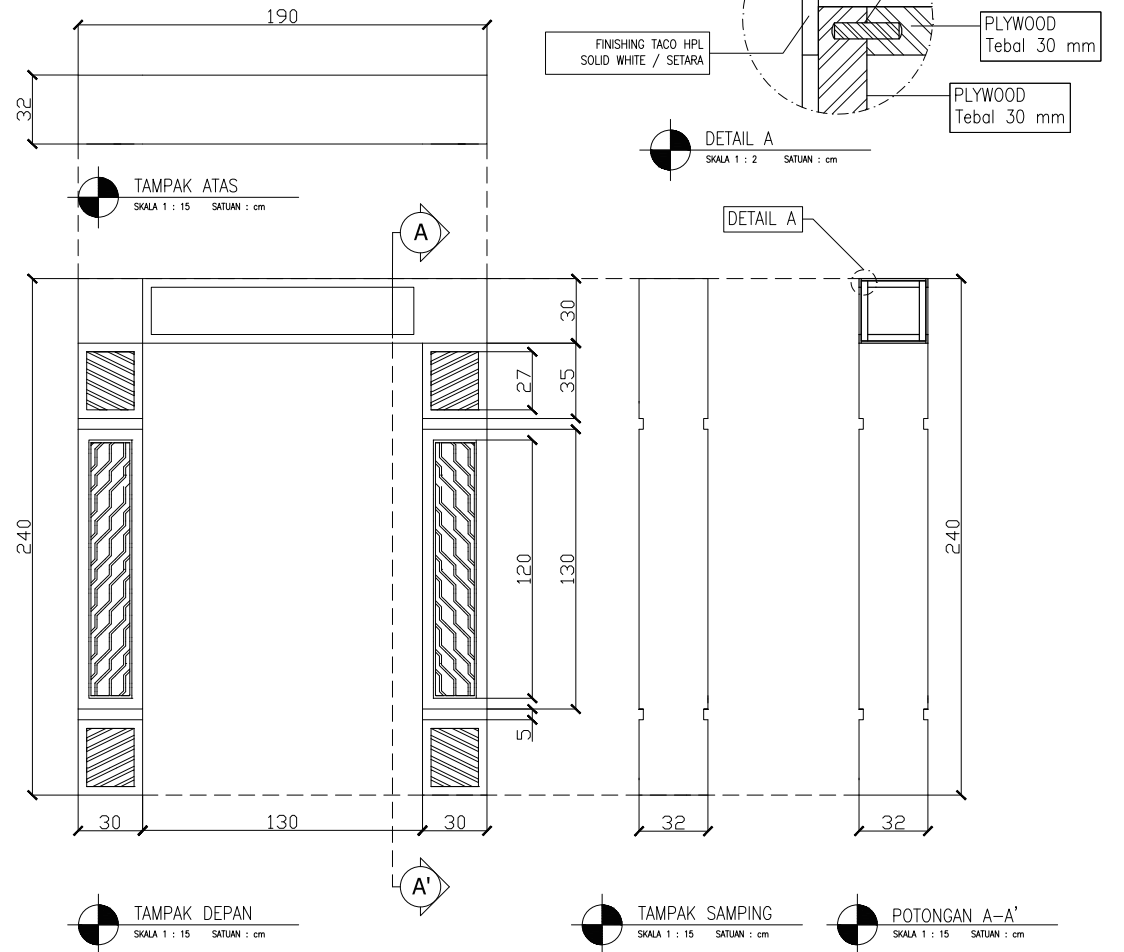
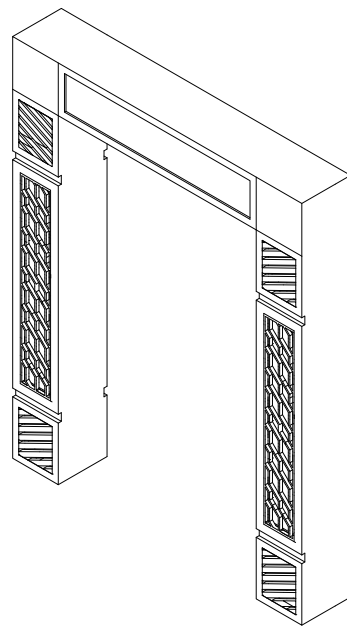
TAMPAK SAMPING
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm



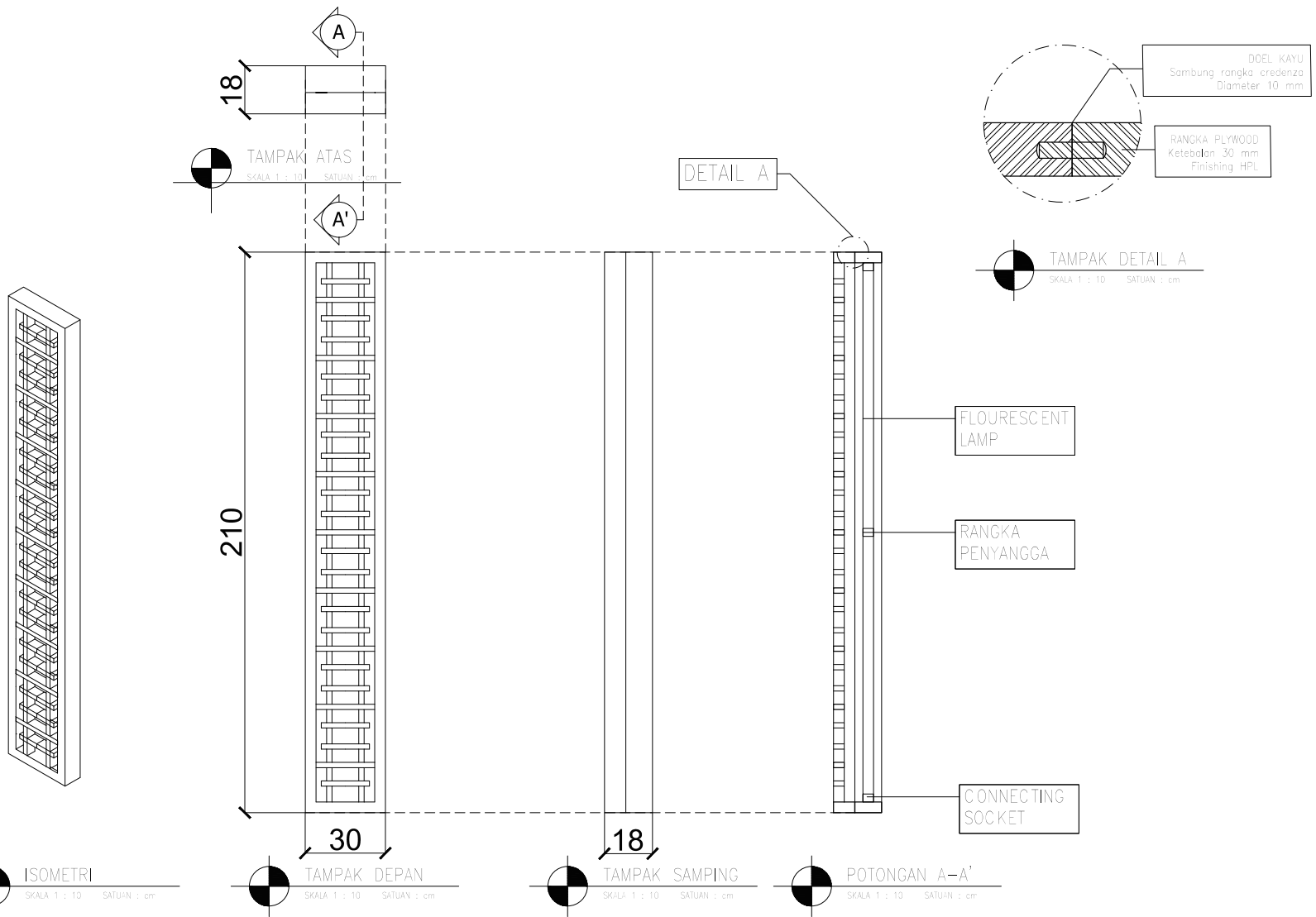
POTONGAN A-A'
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

DETAIL ARSITEKTUR RUANG TERPILIH 2
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

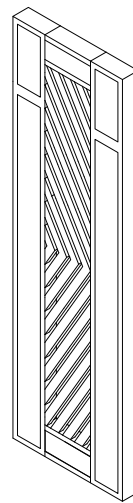
GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ARSITEKTUR RUANG TERPILIH 2		



GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL ARSITEKTUR RUANG TERPILIH 3		

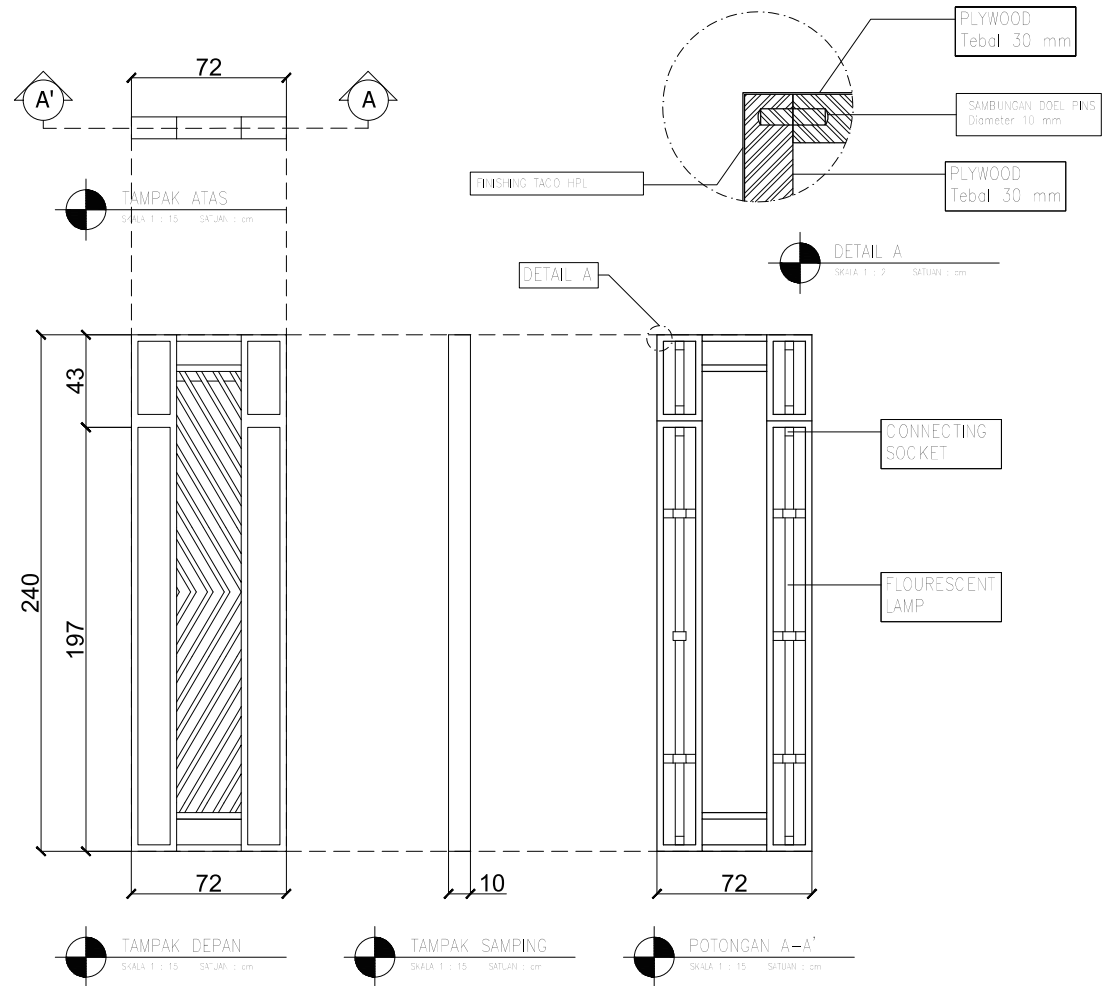


GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 10		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL LIGHTING RUANG TERPILIH 1		



ISOMETRI

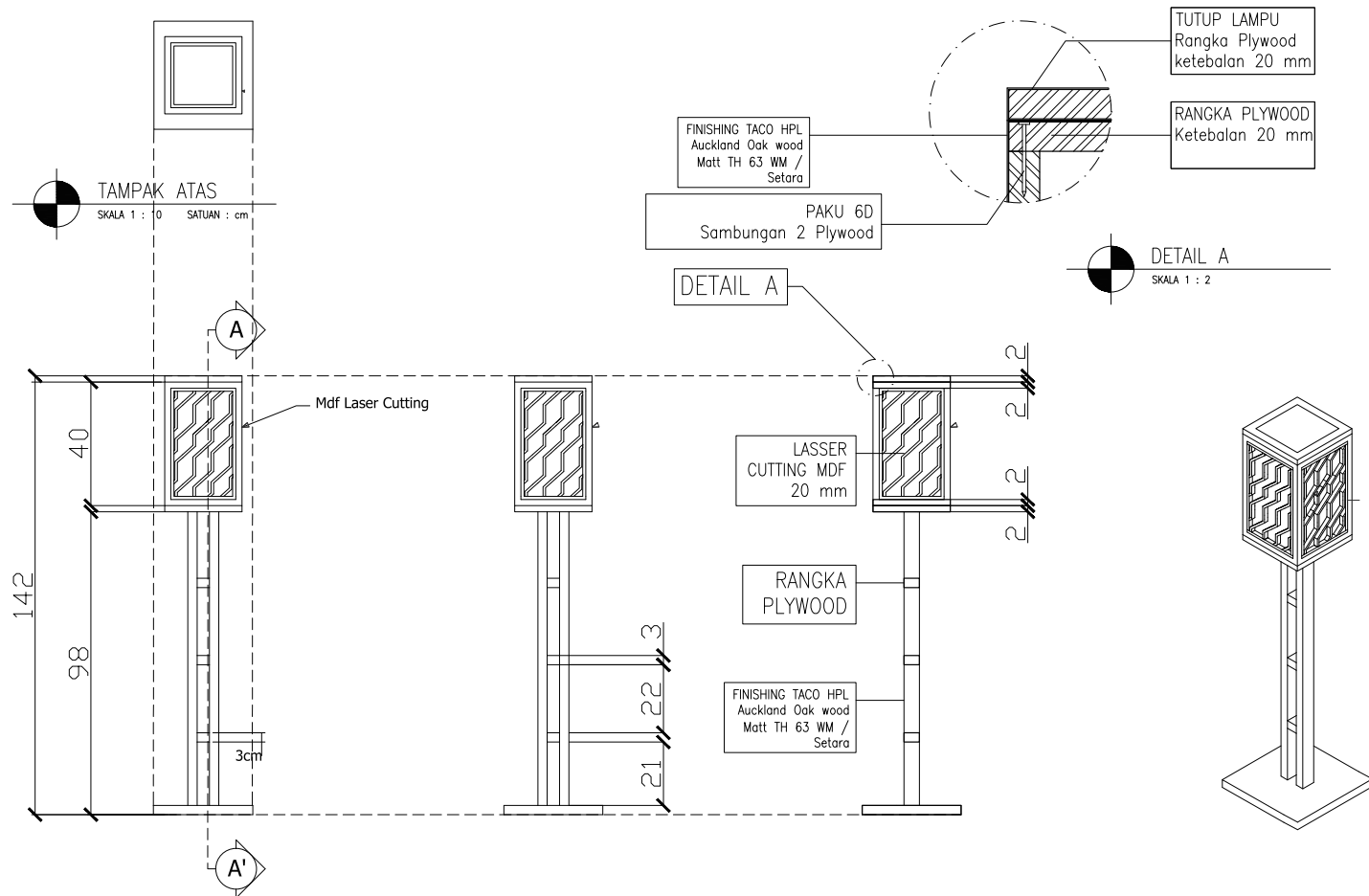
SKALA 1 : 15 SATUAN : cm



DETAIL LIGHTING RUANG TERPIHUH 2

SKALA 1 : 15 SATUAN : cm

GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 13 MAR 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100001	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : mm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL LIGHTING RUANG TERPIHUH 2		



GAMBAR TEKNIK JURUSAN DESAIN INTERIOR FTSP - ITS	NAMA : TEGAR ADITYA CAHYADI	TANGGAL : 15 JUNI 17	PARAF	NILAI
	NRP : 3813100024	SKALA : 1 : 15		
	DOSEN : Dr. Mahendra Wardhana, MT.	SATUAN : cm		
JUDUL : DESAIN INTERIOR EX-WISMA BARBARA SEBAGAI SENTRA UKM KAWASAN JARAK-DOLLY		JUDUL GAMBAR DETAIL LIGHTING RUANG TERPILIH 3		

BIOGRAFI PENULIS



Tegar Aditya Cahyadi, atau lebih akrab disapa adit atau tegar, lahir di Nanga Serawai, 19 Mei 1996, Kalimantan Barat. Merupakan Anak pertama dari tiga bersaudara.

Penulis menempuh pendidikan formal mulai dari TK Islamiyah Nanga Serawai, SDN 02 Nanga Serawai, SMPN 03 Kota Pontianak, dan SMAN 01 Kota Pontianak Kalimantan Barat.

Setelah lulus SMA tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang berikutnya di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya melalui jalur SNMPTN. Penulis memilih jurusan Desain Interior karena memiliki ketertarikan yang tinggi pada Arsitektur dan Desain. Selama berkuliah penulis aktif untuk mengikuti kegiatan kemahasiswaan, serta ingin mengabdikan diri untuk turut aktif di kegiatan sosial masyarakat.

Pada semester akhir perkuliahan, penulis memiliki sebuah mimpi kecil untuk bisa mengabdikan ilmu dan berkontribusi untuk lingkungan sekitar sebelum akhirnya lulus dan menyelesaikan masa-masa perkuliahan. Sejalan dengan keikutsertaan penulis di sebuah LSM, penulis memilih tugas akhir yang ber-lokasi di kawasan Jarak-Dolly, dan dengan judul "Desain Interior Ex-Wisma Barbara Sebagai Sentra UKM Kawasan Jarak-Dolly". Harapannya gagasan, pemikiran dan solusi yang penulis tuangkan di buku laporan ini tidak hanya menjadi konsep desain saja, semoga dapat menjadi sebuah awal dari pembelajaran bagi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih bermanfaat, dan gagasan tersebut bisa penulis realisasikan untuk bisa menginspirasi dan berbagi, khususnya bagi masyarakat kawasan Jarak-Dolly, Surabaya. Terimakasih